

Shopify vs. Shopware für Luxusprodukte: Der echte Vergleich

Welche Plattform bringt hochpreisige Produkte wirklich zum Verkaufen - mit konkreten Unterschieden für deutsche Premium-Händler

Sabine Werthmann · 17.09.2026

Vor zwei Jahren saß ich mit einem Gründer aus Offenbach zusammen, der hochwertige Lederaccessoires für 400 bis 1.200 Euro verkaufen wollte. Seine erste Frage war nicht "Wie mache ich Marketing?" sondern "Shopify oder Shopware?". Er hatte Recht, diese Frage zu stellen - die Plattform bestimmt, ob ein Luxusprodukt überhaupt die richtige Bühne bekommt. Nach acht Jahren Begleitung von Premium-Herstellern habe ich gelernt: Es gibt keine universelle Antwort. Es gibt nur die richtige Antwort für dein Geschäftsmodell.

Warum die Plattformwahl für Luxusprodukte entscheidend ist

Ein Onlineshop für Luxusartikel ist nicht einfach ein kleinerer oder größerer Shop. Er funktioniert nach anderen Regeln. Der Kunde, der 2.500 Euro für eine Handtasche ausgibt, hat andere Erwartungen als jemand, der für 25 Euro einkauft. Er will Sicherheit sehen, Exklusivität spüren und Vertrauen aufgebaut bekommen - bevor er auch nur seine Kreditkartendaten eingibt.

Die Plattform muss das ermöglichen. Sie muss es dir erlauben, jeden Pixel zu kontrollieren, die richtigen Zahlungsoptionen anzubieten und die Seite so zu optimieren, dass Menschen tatsächlich kaufen - nicht nur browsen. Shopify und Shopware sind hier die zwei Kandidaten, die das können. Aber wie unterscheiden sie sich wirklich?

Designfreiheit: Wer gibt dir mehr Kontrolle?

Shopware ist eine deutsche Lösung, entwickelt von Leuten, die E-Commerce verstehen. Das merkt man sofort bei der Design-Freiheit. Mit Shopware kannst du den gesamten Frontend-Code selbst schreiben oder anpassen. Das ist ein großer Vorteil, wenn du einen Shop brauchst, der absolut einzigartig aussieht - nicht wie 50.000 andere Shopify-Stores.

Ein Beispiel: Ein Hersteller von Designermöbeln aus Stuttgart wollte sein Shop-Design so gestalten, dass jedes Produkt in einer 360-Grad-Ansicht dargestellt wird. Mit Shopware war das möglich - er konnte den Code direkt anpassen und die Funktion einbauen. Mit Shopify hätte er entweder eine teure App kaufen müssen oder wäre auf vorgegebene Lösungen beschränkt gewesen.

Shopify hingegen bietet dir vorgefertigte Themes und eine graphische Oberfläche. Das ist einfacher zu bedienen, wenn du keine technischen Kenntnisse hast. Aber: Du bist begrenzt auf das, was Shopify dir erlaubt. Wenn du ein Theme kaufst, gibt es Grenzen, wie weit du es anpassen kannst, ohne Code zu schreiben.

Für Luxusprodukte ist das ein echtes Problem. Dein Shop muss sich anfühlen wie eine

Erweiterung deiner Marke, nicht wie ein generischer Online-Shop. Hier hat Shopware einen klaren Vorteil - wenn du die technischen Ressourcen hast.

Zahlungsoptionen für Hochpreisartikel

Das ist der Punkt, wo ich die meisten Anfragen von Premium-Händlern bekomme: "Welche Zahlungsarten kann ich anbieten?" Und das Recht - bei einem Artikel für 3.500 Euro kann eine fehlende Zahlungsoption den Deal kosten.

Shopify hat hier einen großen Vorteil durch seine Größe. Shopify Payments integriert sich nahtlos und bietet Kreditkarte, Klarna, PayPal und regionale Methoden an. Für deutsche Käufer ist das relevant: Viele wollen per Sofortüberweisung oder Lastschrift zahlen. Shopify unterstützt das alles aus einer Hand.

Shopware ist flexibler, aber auch komplizierter. Du musst Zahlungsanbieter einzeln integrieren. Das gibt dir mehr Optionen - du kannst wirklich jede Zahlungsmethode anbieten, die es gibt - aber es erfordert mehr technische Arbeit oder einen Entwickler.

Ein konkretes Beispiel: Ein Uhren-Händler aus Pforzheim wollte Ratenzahlungen für Uhren zwischen 1.500 und 8.000 Euro anbieten. Mit Shopify konnte er das über Klarna in wenigen Klicks einrichten. Mit Shopware hätte er einen Entwickler beauftragen müssen, um Klarna zu integrieren. Das kostet Zeit und Geld.

Für Premium-Verkäufer ist hier Shopify schneller und weniger fehleranfällig. Shopware bietet mehr Flexibilität, wenn du bereit bist, dafür zu zahlen.

Conversion-Optimierung: Wer hilft dir, mehr zu verkaufen?

Die beste Plattform ist die, die dir hilft, mehr zu verkaufen. Punkt. Beide Systeme haben unterschiedliche Stärken hier.

Shopify: Das System ist optimiert für Conversion. Die Checkouts sind schnell, die Fehlerquoten niedrig. Shopify hat Millionen von Transaktionen analysiert und weiß, wie man einen Checkout baut, der funktioniert. Das ist ein großer Vorteil für Anfänger und für Shops, die schnell wachsen wollen.

Shopware: Shopware bietet dir mehr Kontrolle über den Checkout-Prozess. Du kannst ihn pixel-perfekt nach deinen Vorstellungen gestalten. Das ist ein Vorteil, wenn du genau weißt, was deine Kunden brauchen. Aber es ist auch ein Risiko - du kannst etwas bauen, das schlechter konvertiert, wenn du nicht aufpasst.

Für Luxusprodukte ist Conversion-Optimierung besonders wichtig. Ein Besucher, der 2.000 Euro ausgibt, ist wertvoll. Wenn der Checkout kompliziert ist, springt er ab. Hier hat Shopify einen Vorteil: Das System ist getestet, erprobt und funktioniert.

Kosten: Was kostet dich jede Plattform wirklich?

Das ist eine Frage, die ich oft unterschätzt sehe. Viele Gründer denken: "Shopify kostet 29 bis 299 Euro pro Monat, also ist es billiger als Shopware." Das ist falsch.

Shopify kostet dich nicht nur die Abo-Gebühr. Du zahlst auch Transaktionsgebühren (2,7% + 30 Cent pro Verkauf mit Shopify Payments), App-Gebühren und manchmal Theme-Gebühren. Für einen Shop mit 50 Verkäufen pro Monat à 1.000 Euro macht das

schnell 500 bis 800 Euro extra pro Monat.

Shopware ist in der Basis kostenlos. Du zahlst für das Hosting (ca. 100 bis 300 Euro pro Monat), für Entwickler-Zeit (wenn du nicht selbst coden kannst) und für spezielle Features. Aber: Es gibt keine Transaktionsgebühren. Das ist ein großer Unterschied bei hochpreisigen Produkten.

Ein Beispiel: Ein Hersteller von Schmuck aus Hamburg mit durchschnittlichen Verkäufen von 25 Stück pro Monat à 800 Euro würde bei Shopify etwa 1.000 Euro Gebühren zahlen. Bei Shopware (mit eigenem Hosting und Entwickler) würde er etwa 500 bis 700 Euro zahlen. Bei 300 Verkäufen pro Monat ist Shopware deutlich günstiger.

Skalierbarkeit und Wachstum

Was passiert, wenn dein Shop wächst? Wenn du von 10 auf 100 Verkäufe pro Monat kommst?

Shopify skaliert automatisch. Du merkst nichts davon. Die Plattform ist gebaut für Millionen von Shops und Milliarden von Transaktionen. Das ist ein großer Vorteil für schnelles Wachstum.

Shopware skaliert auch, aber du musst dich darum kümmern. Dein Hosting muss mithalten, deine Entwickler müssen den Code optimieren. Das ist mehr Arbeit, aber auch mehr Kontrolle. Wenn du weißt, was du tust, kannst du Shopware schneller machen als Shopify.

Für Premium-Verkäufer ist das ein wichtiger Punkt. Du wirst nicht 10.000 Produkte haben. Aber du wirst vielleicht von 5 auf 50 Verkäufe pro Monat wachsen. Beide Systeme können das handhaben. Shopify macht es einfacher, Shopware macht es billiger.

Support und Dokumentation

Was passiert, wenn etwas kaputt geht? Wenn dein Shop down ist und du verlierst Geld?

Shopify hat einen großen, globalen Support. Du kannst anrufen oder chatten, und jemand hilft dir. Die Dokumentation ist umfangreich und in vielen Sprachen verfügbar. Das ist beruhigend, besonders wenn du keine technischen Kenntnisse hast.

Shopware hat einen deutschsprachigen Support und eine sehr aktive Community. Die Dokumentation ist gut, aber nicht so umfangreich wie bei Shopify. Wenn du ein Problem hast, musst du oft selbst recherchieren oder einen Entwickler fragen.

Für Anfänger ist Shopify hier klarer im Vorteil. Für erfahrene Unternehmer ist Shopware ausreichend.

Die wichtigsten Unterschiede auf einen Blick

Welche Plattform passt zu dir?

Hier sind die konkreten Szenarien, die ich in meiner Arbeit sehe:

Wähle Shopify, wenn: Du schnell starten willst und keine technischen Kenntnisse hast. Du ein Budget von 2.000 bis 5.000 Euro für die Gründung hast. Du weniger als 100 Produkte verkaufen wirst. Du Wert auf einfachen Support und verlässliche Infrastruktur

legst. Du bereit bist, für Zahlungsoptionen und Apps zu zahlen.

Wähle Shopware, wenn: Du technische Kenntnisse hast oder einen Entwickler engagieren kannst. Du ein langfristiges Projekt aufbaust und Kosten sparen willst. Du absolute Kontrolle über Design und Funktionalität brauchst. Du viele Zahlungsoptionen anbieten willst. Du bereit bist, mehr Zeit in Setup und Optimierung zu investieren.

Der Offenbacher Gründer, mit dem ich am Anfang saß, entschied sich für Shopware. Sein Grund: Er wollte seinen Shop wirklich als Kunstwerk bauen, nicht als Standard-Lösung. Nach zwei Jahren hat er etwa 150 Verkäufe pro Monat. Mit Shopify würde er deutlich mehr an Gebühren zahlen. Für ihn war die richtige Entscheidung.

Die versteckte Wahrheit: Plattform ist nicht alles

Am Ende muss ich dir sagen, was ich nach acht Jahren gelernt habe: Die Plattform ist wichtig, aber nicht das Wichtigste. Ein großartiger Shop auf einer mittelmäßigen Plattform schlägt einen mittelmäßigen Shop auf einer großartigen Plattform.

Was zählt: Dein Produkt muss gut sein. Dein Marketing muss funktionieren. Dein Customer Service muss exzellent sein. Deine Fotos müssen professionell sein. Die Plattform ist nur das Werkzeug, das all das möglich macht.

Shopify und Shopware sind beide gute Werkzeuge. Die Frage ist: Welches Werkzeug passt zu dir und deinem Geschäftsmodell? Wenn du diese Frage ehrlich beantwortest, ist die Entscheidung einfach.

"Die beste Plattform ist die, auf der du dein Geschäft wirklich aufbauen kannst - nicht die, die am meisten verspricht."