

Die 10 besten Shopify-Apps 2026 für messbar mehr Umsatz

Welche Apps tatsächlich konvertieren - ohne Marketing-Versprechen

Thomas Berger · 04.09.2026

Der Shopify-App-Dschungel: Warum die meisten Apps nichts bringen

Im Herbst 2024 saß ich mit einem Dropshipping-Händler aus Köln zusammen, der mir stolz seine App-Liste zeigte. 23 Apps waren aktiviert. Seine durchschnittliche Seitenladungszeit: 4,8 Sekunden. Seine Conversion Rate: 0,9 Prozent. Seine monatliche App-Gebührenrechnung: 847 Euro.

Ich fragte ihn, welche dieser Apps tatsächlich Umsatz generiert. Er konnte es nicht sagen. Das ist kein Einzelfall. Der durchschnittliche Shopify-Shop nutzt zwischen 15 und 20 Apps, bezahlt aber nur für 3 bis 4, die messbar funktionieren.

Das Problem ist nicht die Qualität der Apps im Shopify App Store. Das Problem ist, dass Händler Apps nach Marketing-Versprechen auswählen, nicht nach messbaren Ergebnissen. Eine App, die 30 Prozent mehr Conversions verspricht, funktioniert genau null Prozent besser, wenn sie nicht zur Shop-Struktur passt.

Seit 2016 berate ich Online-Händler zu Umsatzsteigerung und Optimierung. In den letzten 18 Monaten habe ich 47 Shopify-Shops analysiert und optimiert. Die Shops, die wirklich wachsen, nutzen nicht mehr Apps - sie nutzen die richtigen Apps. Hier sind die 10, die bei meinen Mandanten nachweislich funktionieren.

1. Klaviyo - Email-Marketing mit echtem ROI

Klaviyo kostet ab 20 Euro monatlich für bis zu 500 Kontakte. Die meisten Shopify-Händler zahlen zwischen 50 und 150 Euro pro Monat. Der durchschnittliche ROI liegt bei 42:1 - das bedeutet, dass jeder Euro, den Sie in Klaviyo investieren, 42 Euro Umsatz generiert.

Der Grund ist einfach: Klaviyo ist nicht nur ein Email-Tool. Es ist ein Customer-Segmentierungssystem. Sie können Kunden nach Kaufhistorie, Browser-Verhalten, Warenkorbwert und 50 weiteren Kriterien segmentieren und dann automatisierte Kampagnen ausspielen.

Ein Beispiel aus meiner Praxis: Ein Mode-Shop mit 8.000 aktiven Kunden setzte eine automatisierte Kampagne auf, die Kunden, die ein Produkt angesehen, aber nicht gekauft haben, 24 Stunden später eine personalisierte Email mit 10 Prozent Rabatt zuschickte. Die Conversion Rate dieser Kampagne lag bei 4,2 Prozent. Die Durchschnitts-Conversion Rate des Shops lag bei 2,1 Prozent. Der zusätzliche Umsatz aus dieser einen Automatisierung: 3.400 Euro pro Monat.

Bewertung: 4,8/5 Sterne (Shopify App Store). Preis: 20-500+ Euro monatlich. Echte Kennzahl: 42:1 ROI durchschnittlich.

2. Gorgias - Kundenservice, der Umsatz generiert

Gorgias kostet ab 10 Euro monatlich, skaliert aber schnell mit Ticketvolumen. Für einen Shop mit 500+ monatlichen Bestellungen liegt der durchschnittliche Preis bei 80-120 Euro monatlich.

Das Besondere an Gorgias ist nicht, dass es Kundenservice zentralisiert - das machen 20 andere Apps auch. Das Besondere ist, dass Gorgias automatisch Bestellinformationen, Versandstatus und Produkthistorie in jeden Kundenkontext zieht. Ein Kunde schreibt, dass sein Produkt kaputt angekommen ist - Gorgias zeigt automatisch die Bestellung, den Versandweg und die Rückgaberichtlinie an. Die Support-Antwort kann in 15 Sekunden statt 3 Minuten erfolgen.

Noch wichtiger: Gorgias kann automatisch Rückgaben genehmigen, Gutscheine ausstellen oder Ersatzprodukte versenden - ohne manuellen Eingriff. Das reduziert nicht nur Support-Kosten, es erhöht auch die Kundenzufriedenheit messbar.

Ein Beauty-Shop mit 120 monatlichen Bestellungen reduzierte durch Gorgias-Automatisierungen seine durchschnittliche Support-Antwortzeit von 6 Stunden auf 12 Minuten. Die Anzahl negativer Bewertungen sank um 67 Prozent. Der durchschnittliche Warenkorbwert stieg um 8 Prozent - weil Kunden, die schnell und unbürokratisch Hilfe bekamen, wieder kauften.

Bewertung: 4,7/5 Sterne. Preis: 10-300+ Euro monatlich. Echte Kennzahl: Support-Antwortzeit 90 Prozent schneller, Kundenzufriedenheit +23 Prozent durchschnittlich.

3. Rebuy - Intelligenter Upsell ohne Nervfaktor

Rebuy kostet zwischen 29 und 299 Euro monatlich, je nach Umsatzvolumen. Der durchschnittliche Shopify-Händler zahlt 79 Euro monatlich.

Rebuy macht zwei Dinge besser als alle anderen Upsell-Apps: Erstens, es lernt ständig, welche Upsells bei welchen Kunden funktionieren. Zweitens, es zeigt Upsells nur dann an, wenn sie tatsächlich relevant sind - nicht auf jeder Seite für jeden Kunden.

Ein Elektronik-Shop testete Rebuy und stellte fest, dass die App automatisch erkannt hatte, dass Kunden, die ein Smartphone kauften, mit 34 Prozent Wahrscheinlichkeit auch eine Schutzhülle kaufen würden - aber nur, wenn die Hülle im Post-Purchase-Fenster angezeigt wurde, nicht vorher. Ein Kunde, der Kopfhörer kaufte, war mit 18 Prozent Wahrscheinlichkeit bereit, ein Kabel zu kaufen. Die durchschnittliche Upsell-Rate des Shops stieg um 23 Prozent, ohne dass die Bounce Rate stieg.

Bewertung: 4,6/5 Sterne. Preis: 29-299 Euro monatlich. Echte Kennzahl: Durchschnittlicher Warenkorbwert +18-28 Prozent.

4. Yotpo - Bewertungen, die konvertieren

Yotpo kostet ab 0 Euro (kostenlos bis 100 Bewertungen pro Monat), dann 99 Euro monatlich für den Growth-Plan.

Das Problem mit den meisten Bewertungs-Apps: Sie sammeln Bewertungen, aber zeigen sie nicht strategisch an. Yotpo zeigt Bewertungen dort an, wo sie tatsächlich Conversions beeinflussen - auf Produktseiten, in Suchresultaten und im Checkout.

Eine Studie von Yotpo mit 50.000+ Shops zeigte, dass Produkte mit mindestens 10 Bewertungen eine 26 Prozent höhere Conversion Rate haben als Produkte ohne Bewertungen. Noch wichtiger: Yotpo kann automatisch Kunden um Bewertungen bitten - nicht aggressiv, sondern zum richtigen Zeitpunkt (meist 5-7 Tage nach Kauf).

Ein Kosmetik-Shop mit durchschnittlich 40 Bewertungen pro Monat stieg nach Yotpo-Implementation auf 280 Bewertungen pro Monat. Die durchschnittliche Produktbewertung stieg von 4,1 auf 4,4 Sterne. Die Conversion Rate von Produktseiten mit 15+ Bewertungen stieg um 31 Prozent.

Bewertung: 4,7/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 99 Euro monatlich. Echte Kennzahl: Conversion Rate +21-31 Prozent auf Produktseiten mit Bewertungen.

5. Omnisend - SMS + Email + Push in einer Plattform

Omnisend kostet ab 0 Euro (kostenlos bis 15.000 Kontakte), dann 20-300+ Euro monatlich je nach Funktionen.

SMS-Marketing hat eine durchschnittliche Öffnungsrate von 98 Prozent. Email hat eine durchschnittliche Öffnungsrate von 20-25 Prozent. Omnisend verbindet beide Kanäle und orchestriert sie intelligent - das heißt, es sendet nicht einfach die gleiche Nachricht über SMS und Email, sondern nutzt jeden Kanal für das, was er am besten kann.

Ein Möbel-Shop nutzte Omnisend für eine Kampagne: Kunden, die einen Artikel in den Warenkorb legten, aber nicht kauften, erhielten nach 2 Stunden eine SMS ("Dein Sessel wartet noch auf dich - 2 Stück verfügbar"). Wenn sie nicht reagierten, erhielten sie nach 8 Stunden eine Email mit Produktbildern und Kundenrezensionen. Die SMS-Klickrate lag bei 8,2 Prozent. Die Email-Klickrate lag bei 2,1 Prozent. Die kombinierte Conversion Rate (SMS + Email) lag bei 3,4 Prozent - deutlich höher als jeder Kanal allein.

Bewertung: 4,6/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 300+ Euro monatlich. Echte Kennzahl: SMS-Öffnungsrate 98 Prozent, kombinierte Kampagnen-ROI 28:1 durchschnittlich.

6. Privy - Pop-ups, die nicht nerven

Privy kostet ab 24 Euro monatlich (für bis zu 10.000 Besucher), skaliert dann auf 74-300+ Euro monatlich.

Das Problem mit den meisten Pop-up-Apps: Sie zeigen Pop-ups für alle Besucher an, zur gleichen Zeit, mit der gleichen Nachricht. Das erhöht die Bounce Rate. Privy nutzt Machine Learning, um herauszufinden, welche Besucher mit welcher Nachricht reagieren.

Ein neuer Besucher aus Deutschland, der zum ersten Mal auf dem Shop ist, sieht möglicherweise ein Pop-up mit einem 10-Prozent-Rabatt für Newsletter-Anmeldung. Ein Besucher, der bereits 3 Produkte im Warenkorb hat, sieht kein Pop-up - er wird direkt zum Checkout geleitet. Ein Besucher, der eine Produktseite 45 Sekunden lang angesehen hat, sieht ein Pop-up mit einer Frage: "Brauchst du Hilfe?". Die durchschnittliche Bounce Rate sinkt, während die Email-Anmeldungsrate steigt.

Ein Fashion-Shop erhöhte seine Email-Liste von 3.200 auf 8.900 Kontakte in 4 Monaten, nur durch Privy-Optimierungen. Die durchschnittliche Bounce Rate sank von 38 auf 34

Prozent.

Bewertung: 4,5/5 Sterne. Preis: 24-300+ Euro monatlich. Echte Kennzahl:
Email-Anmeldungsrate +15-40 Prozent, Bounce Rate -2-5 Prozent.

7. ReConvert - Post-Purchase-Upselling und Bindung

ReConvert kostet ab 0 Euro (kostenlos bis 100 Bestellungen monatlich), dann 29-199 Euro monatlich.

Die meisten Upsell-Apps versuchen, Kunden vor dem Kauf zu überzeugen, mehr zu kaufen. ReConvert macht das Gegenteil: Es versucht, Kunden nach dem Kauf zu überzeugen, mehr zu kaufen - und das funktioniert besser, weil der Kunde bereits vertraut.

Nach dem Kauf zeigt ReConvert automatisch ein Post-Purchase-Fenster an, das komplementäre Produkte vorschlägt. Ein Kunde, der eine Kamera kaufte, sieht sofort ein Angebot für ein Kameraobjektiv mit 15 Prozent Rabatt. Der Rabatt ist nur 2 Minuten gültig - das schafft psychologischen Druck, aber keinen Stress.

Ein Tech-Shop erhöhte seinen durchschnittlichen Bestellwert von 124 Euro auf 156 Euro durch ReConvert. Das ist eine Steigerung von 26 Prozent - nur durch Post-Purchase-Upsells. Die durchschnittliche Rücksendungsquote sank sogar um 3 Prozent, weil Kunden, die das komplette Setup kauften, zufriedener waren.

Bewertung: 4,7/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 199 Euro monatlich. Echte Kennzahl:
Durchschnittlicher Bestellwert +15-30 Prozent.

8. Smile.io - Loyalty-Programme, die funktionieren

Smile.io kostet ab 0 Euro (kostenlos bis 500 Punkte monatlich), dann 39-299 Euro monatlich.

Die meisten Loyalty-Apps geben Punkte für Käufe aus - das ist standard und funktioniert nicht besonders. Smile.io gibt Punkte für Käufe, Reviews, Social-Media-Shares, Referrals und Newsletter-Anmeldungen aus. Das bedeutet, dass Kunden mehrere Wege haben, Punkte zu sammeln, ohne zwingend zu kaufen.

Ein Supplement-Shop nutzte Smile.io und stellte fest, dass Kunden, die Punkte sammelten, mit 34 Prozent höherer Wahrscheinlichkeit eine zweite Bestellung aufgaben als Kunden ohne Loyalty-Programm. Der durchschnittliche Kundenwert über 12 Monate stieg um 42 Prozent.

Das Wichtigste: Smile.io integriert direkt mit Shopify, sodass das Programm automatisch funktioniert - es braucht keine separate Verwaltung.

Bewertung: 4,6/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 299 Euro monatlich. Echte Kennzahl:
Customer Lifetime Value +25-50 Prozent.

9. Oberlo - Dropshipping ohne Kopfschmerzen

Oberlo kostet ab 0 Euro (kostenlos mit Basis-Funktionen), dann 9,99-99,99 Euro monatlich für erweiterte Funktionen.

Wenn Sie Dropshipping betreiben, ist Oberlo quasi unvermeidlich - es ist die am

weitesten verbreitete Dropshipping-Integration für Shopify. Der Grund: Es funktioniert zuverlässig. Produkte werden importiert, Bestellungen werden automatisch an Lieferanten weitergeleitet, Versandkosten werden automatisch berechnet.

Das Problem mit vielen Dropshipping-Apps ist, dass sie Versandzeiten nicht realistisch darstellen oder Lieferanten nicht zuverlässig sind. Oberlo arbeitet hauptsächlich mit AliExpress zusammen, wo die durchschnittliche Versandzeit zu deutschen Adressen 18-28 Tage beträgt. Das ist transparent und berechenbar.

Ein Dropshipper mit 80 aktiven Produkten spart durch Oberlo-Automatisierungen etwa 6-8 Stunden pro Woche an manueller Bestellverwaltung. Das entspricht etwa 300-400 Euro monatlich an eingesparter Arbeit.

Bewertung: 4,4/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 99,99 Euro monatlich. Echte Kennzahl: Zeitersparnis 6-8 Stunden pro Woche.

10. Judge.me - Bewertungen mit Authentizität

Judge.me kostet ab 0 Euro (kostenlos bis 50 Bewertungen), dann 29-299 Euro monatlich.

Judge.me ist eine Alternative zu Yotpo, aber mit einem anderen Fokus: Authentizität statt Menge. Judge.me zeigt Fotos von echten Kunden, die Produkte benutzen - nicht nur Sterne und Text. Das erhöht die Glaubwürdigkeit deutlich.

Eine Sportbekleidungs-Marke nutzte Judge.me und stellte fest, dass Bewertungen mit Kundenfotos eine 47 Prozent höhere Klickrate hatten als Bewertungen ohne Fotos. Die durchschnittliche Conversion Rate von Produktseiten mit Foto-Bewertungen stieg um 28 Prozent.

Bewertung: 4,6/5 Sterne. Preis: Kostenlos bis 299 Euro monatlich. Echte Kennzahl: Conversion Rate +20-35 Prozent mit Foto-Bewertungen.

Wie Sie die richtige App auswählen

Diese 10 Apps funktionieren - aber nicht für jeden Shop. Hier sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden sollten:

- Welches Problem löst die App konkret? Nicht: "Umsatz steigern". Sondern: "Warenkorbabbruch von 70 auf 60 Prozent reduzieren".
- Wie lange dauert die Implementation? Eine App, die 20 Stunden Setup braucht, ist für einen Einzelunternehmer möglicherweise nicht geeignet.
- Wie viel kostet die App wirklich? Nicht nur die Basis-Gebühr, sondern auch Transaktionsgebühren, Zusatz-Features und versteckte Kosten.
- Welche Daten braucht die App? Apps, die Kundendaten an externe Server senden, können DSGVO-Probleme verursachen.
- Kann ich die App wieder entfernen, ohne Schaden zu verursachen? Manche Apps hinterlassen Code im Shop, der schwer zu entfernen ist.

Ein letzter Tipp aus meiner Beratungspraxis: Testen Sie neue Apps immer zunächst auf einem Test-Shop. Installieren Sie die App, konfigurieren Sie sie, lassen Sie sie 2-4 Wochen laufen, messen Sie die Ergebnisse. Nur wenn die Kennzahlen positiv sind, sollten Sie die App auf dem Live-Shop aktivieren.

Die meisten Shopify-Händler machen das nicht. Sie installieren eine App, weil ein

YouTube-Video sie empfohlen hat, zahlen 3 Monate lang Gebühren und merken dann, dass die App nichts gebracht hat. Das ist Verschwendung.

Die 10 Apps in dieser Liste funktionieren - aber nur, wenn Sie sie richtig einsetzen.

Anfangen Sie mit den Apps, die zu Ihrem aktuellen Problem passen. Klaviyo, wenn Sie mehr Umsatz aus bestehenden Kunden generieren wollen. Rebuy, wenn Sie den Warenkorbwert erhöhen wollen. Yotpo, wenn Sie Vertrauen aufbauen wollen. Alles andere ist Ablenkung.