

Shopify Shop aufbauen 2026: Komplette Anleitung vom Start bis zum ersten Verkauf

Schritt-für-Schritt mit konkreten Kosten, Zeitangaben und häufigen Anfängerfehler

Jana Kowalski · 20.08.2026

Das erste Problem: Warum die meisten Anfänger scheitern, bevor sie überhaupt starten

Ich sitze regelmäßig mit Leuten zusammen, die mir sagen: "Jana, ich habe meinen Shopify-Shop in einer Woche aufgebaut und bin bereit für Tausende von Verkäufen." Das ist das erste Warnsignal. Ein Shop aufzubauen dauert tatsächlich eine Woche - aber profitabel zu werden dauert Monate. Die Lücke zwischen diesen beiden Zeiträumen ist, wo die meisten scheitern.

2026 ist es einfacher denn je, einen Shop zu erstellen. Aber genau das ist das Problem. Die technische Hürde ist so niedrig geworden, dass Anfänger denken, die größere Herausforderung wäre auch gelöst. Sie ist es nicht. Der echte Aufwand liegt in der Produktauswahl, der Konkurrenzanalyse, der Beschaffungslogistik und dem Marketing - nicht im Klicken durch ein Setup-Formular.

Bevor ich dir zeige, wie du Schritt für Schritt vorgehst, musst du eines verstehen: Ein Shopify-Shop ist nicht dein Geschäft. Dein Geschäft ist die Nische, die Lieferantenkette und die Fähigkeit, Kunden zu dir zu bringen. Der Shop ist nur die Bühne.

Schritt 1: Die Grundlagen klären (Tag 1-3, kostenlos bis 29 Euro/Monat)

Nischenwahl und Konkurrenzanalyse

Das erste, was du tun musst, ist nicht, dich bei Shopify anmelden. Das erste ist, zu entscheiden, was du überhaupt verkaufen willst. Ich habe das Gegenteil gemacht, als ich 2019 anfang - ich habe den Shop aufgebaut und dann verzweifelt nach einem Produkt gesucht. Verschwende keine Zeit damit.

Nimm dir 2-3 Tage Zeit und recherchiere:

- Welche Produkte in deiner geplanten Nische werden aktuell verkauft?
- Auf welchen Plattformen (Amazon, eBay, TikTok Shop, spezialisierte Shops)?
- Wer sind die Top-3-Konkurrenten in Deutschland und den EU-Ländern?
- Wie hoch sind die durchschnittlichen Produktpreise?
- Welche Versandkosten werden verlangt?
- Wie häufig werden Bewertungen hinterlassen und welche Kritik taucht auf?

Für diese Recherche brauchst du null Euro. Google, Amazon, Instagram und Reddit sind deine Werkzeuge. Wenn du in dieser Phase nicht bereit bist, mindestens 15 Stunden zu investieren, ist deine Nische nicht gründlich genug analysiert.

Die Lieferantenfrage beantworten

Parallel zur Nischenwahl musst du herausfinden, wo deine Produkte herkommen. Das ist entscheidend, weil es deine Marge direkt bestimmt. Ich arbeite mit Lieferanten in Polen, Tschechien, und China zusammen - und die Kosten unterscheiden sich um bis zu 40% für das gleiche Produkt.

Registrierte dich auf Alibabaexpress und Alibaba und suche nach deinen geplanten Produkten. Notiere dir die Mindestbestellmengen (MOQ), die Preise pro Stück ab MOQ und die typischen Lieferzeiten. Manche Lieferanten in Osteuropa haben MOQs von 5-10 Stück, chinesische Lieferanten oft 100+. Das macht einen großen Unterschied für deinen Cashflow am Anfang.

Domain registrieren (Tag 2-3, 8-15 Euro/Jahr)

Nachdem du weißt, was du verkaufst und wo es herkommt, registrierst du eine Domain. Nutze einen Registrar wie Namecheap, Ionos oder Strato. Deine Domain sollte:

- Deine Nische oder deinen Namen enthalten (z.B. "fitnessguertel-shop.de" oder "janasshop.de")
- Kurz und merkbar sein (max. 30 Zeichen)
- Mit .de oder .eu enden (für deutschsprachigen Markt)
- Keine Bindestriche oder Zahlen enthalten, wenn vermeidbar

Kosten: 8-15 Euro pro Jahr. Manche Registrare bieten das erste Jahr günstiger an, aber sei vorsichtig - die Verlängerung ist oft teurer. Alibabaexpress kostet etwa 10 Euro/Jahr im Schnitt auf Langfrist.

Schritt 2: Shopify-Account erstellen und konfigurieren (Tag 4-5, 29-299 Euro/Monat)

Account-Setup und Plan-Wahl

Jetzt kannst du dich bei Shopify anmelden. Gehe auf shopify.de und klicke auf "Kostenlos starten". Du bekommst 3 Tage kostenlos zum Testen. Das ist genug Zeit, um die Grundlagen zu verstehen.

Nach den 3 Tagen musst du einen Plan wählen:

Als Anfänger startest du mit dem Basic-Plan. Wenn du nach 6 Monaten unter 1000 Euro Umsatz/Monat bleibst, solltest du ohnehin überprüfen, ob dein Geschäftsmodell funktioniert. Falls es funktioniert und dein Umsatz wächst, kannst du jederzeit upgraden.

Domain verbinden und Basis-Einstellungen

Im Shopify-Admin gehst du zu "Einstellungen" und wählst "Domains". Du verbindest hier deine registrierte Domain. Shopify gibt dir DNS-Einträge vor, die du beim Registrar eintragsst. Das dauert 5-30 Minuten, bis es aktiv ist (DNS-Propagation).

Parallel stellst du die Basis-Einstellungen vor:

- Shop-Informationen: Name, Adresse (rechtlich erforderlich), E-Mail, Telefon

- Währung: EUR (für Deutschland)
- Zeitzonen: Europe/Berlin
- Datenschutz: Impressum und Datenschutzerklärung hinzufügen (nicht optional!)
- Zahlungsmethoden: Stripe, PayPal oder Klarna aktivieren

Theme auswählen (Tag 4, kostenlos oder 200-500 Euro einmalig)

Shopify bietet kostenlose und kostenpflichtige Themes. Für Anfänger empfehle ich ein kostenloses Theme wie "Dawn" oder "Impulse". Diese sind mobil-optimiert und funktionieren gut für Standard-Nischen.

Falls du ein Premium-Theme willst (bessere Conversions, mehr Features), kostet das 200-500 Euro einmalig. Beliebte Premium-Themes sind "Prestige" oder "Broadcast". Das ist optional, aber kann die Conversion Rate um 10-15% erhöhen, wenn du später skalierst.

Mein Tipp: Starte mit kostenlos. Wenn dein Shop nach 3 Monaten über 5000 Euro Umsatz hat, investiere in ein Premium-Theme. Nicht vorher.

Schritt 3: Produkte hochladen und Shop-Struktur aufbauen (Tag 6-10, 5-20 Stunden Arbeit)

Produktlisten erstellen und Bilder sammeln

Das ist der zeitintensivste Teil. Du brauchst für jedes Produkt:

- Produktfotos (mindestens 5-10 pro Produkt, idealerweise 20+)
- Produktbeschreibung (300-500 Zeichen, SEO-optimiert)
- Technische Spezifikationen
- Gewicht und Versandabmessungen
- Lagerbestand und SKU
- Preis, Vergleichspreis und Kosten

Für Dropshipping funktioniert das so: Du sammelst Bilder von deinen Lieferanten (meist kostenlos auf deren Websites oder via Kataloge). Du schreibst deine eigenen Beschreibungen - nicht die vom Lieferanten kopieren, das ist Duplicate Content. Ich schreibe jede Beschreibung selbst, auch wenn es 30 Minuten pro Produkt dauert. Das zahlt sich in besseren Rankings aus.

Wenn du mit 50 Produkten startest, plane 40-60 Stunden für diesen Schritt ein. Bei 100 Produkten sind es 80-120 Stunden. Viele Anfänger unterschätzen das massiv.

Kategorien und Navigationsstruktur

Erstelle logische Kategorien und Unterkategorien. Nicht mehr als 5-7 Hauptkategorien, sonst wird die Navigation verwirrend. Beispiel für eine Fitness-Nische:

- Kraft-Training (mit Unterkategorien: Hanteln, Bänke, Gewichte)
- Cardio-Geräte
- Zubehör
- Bekleidung
- Ernährung

Im Shopify-Admin kannst du das unter "Produkte" ? "Kategorien" einstellen. Das dauert

eine bis zwei Stunden.

SEO-Grundlagen für Produktseiten

Jede Produktseite sollte SEO-optimiert sein. Das heißt konkret:

- Produkttitel mit Keyword (z.B. "Verstellbare Hantelbank Heimfitnessraum 150 kg Max")
- Meta-Description mit Keyword und Call-to-Action (155-170 Zeichen)
- Beschreibung mit H2-Überschriften und Keywords
- Alt-Text für Bilder

Das ist nicht optional. Viele Anfänger skip das und wundern sich später, warum sie kein organisches Google-Traffic bekommen. Ich investiere etwa 30 Minuten pro Produkt in SEO-Optimierung.

Schritt 4: Zahlungs- und Versandlogistik einrichten (Tag 11-12, 0-500 Euro für Gebühren/Integrationen)

Zahlungsgateways konfigurieren

Du brauchst mindestens 2-3 Zahlungsmethoden, sonst verlierst du 30-40% der Käufer bei Checkout. Konfiguriere:

- Stripe: Kreditkarten (Visa, Mastercard). Gebühr: 2,9% + 0,30 Euro pro Transaktion
- PayPal: PayPal-Zahlungen. Gebühr: 3,49% + 0,35 Euro pro Transaktion (Deutschland)
- Klarna: Ratenkauf (sehr beliebt in Deutschland). Gebühr: 3,5-4% je nach Volumen

Im Shopify-Admin unter "Einstellungen" ? "Zahlungen" kannst du diese aktivieren. Die meisten sind kostenlos, du zahlst nur pro tatsächliche Transaktion. Setup dauert 30 Minuten.

Versandoptionen definieren

Das ist kritisch für deine Profitabilität. Definiere Versandoptionen für:

- Standardversand (z.B. DHL 3-5 Werktage, 4,99 Euro)
- Expressversand (z.B. DHL 1-2 Werktage, 9,99 Euro)
- Kostenlos ab Bestellwert (z.B. ab 50 Euro)

In Shopify stellst du das unter "Einstellungen" ? "Versand und Lieferung" ein. Du kannst auch Versandkosten basierend auf Gewicht oder Zielland kalkulieren. Für Anfänger mit Dropshipping empfehle ich: Einfache pauschale Versandkosten, nicht zu kompliziert. Du kannst später feintunen.

Lieferanten integrieren

Wenn du mit Dropshipping startest, brauchst du eine Schnittstelle zwischen deinem Lieferanten und deinem Shop. Das kann manuell sein (du bekommst eine Bestellung, schickst sie an den Lieferanten, er versendet) oder automatisiert (API-Integration).

Für Anfänger: Mach es manuell. Ja, das ist zeitaufwändig. Aber so lernst du dein

Geschäft. Später kannst du Apps wie "Printful" oder "Oberlo" nutzen, um das zu automatisieren. Diese kosten 10-50 Euro/Monat zusätzlich.

Schritt 5: Rechtliche Anforderungen erfüllen (Tag 13, 0-200 Euro)

Impressum und Datenschutzerklärung

Das ist nicht optional in Deutschland. Dein Shop braucht:

- Impressum: Name, Adresse, Kontaktdaten, Steuernummer (falls selbstständig), Registergericht
- Datenschutzerklärung: Wie du Kundendaten verarbeitest, Cookies, Tracking
- AGB: Rückgabepolitik, Lieferbedingungen, Zahlungsbedingungen

Du kannst diese selbst schreiben (kostenlos) oder einen Template-Service wie easyrechnung.de oder e-recht24.de nutzen (50-200 Euro). Ich habe das selbst gemacht - es dauert 3-4 Stunden, wenn du sorgfältig arbeitest.

Gewerbeanmeldung und Steuern

Wenn du dein Geschäft ernst nimmst, musst du es anmelden. Das ist je nach Bundesland unterschiedlich, kostet aber meist 15-50 Euro und dauert 30 Minuten beim Gewerbeamt vor Ort oder online.

Du brauchst dann eine Steuernummer und musst dich bei der IHK anmelden (kostenlos, online). Für Steuern: Wenn du unter 22.000 Euro Umsatz/Jahr bleibst, kannst du die Kleinunternehmerregelung nutzen (keine Mehrwertsteuer ausstellen). Danach musst du regulär abrechnen.

Datenschutz bei Cookies und Tracking

Wenn du Google Analytics, Facebook Pixel oder andere Tracking-Tools nutzen willst, brauchst du explizite Einwilligung der Nutzer. Das heißt: Cookie-Banner auf deiner Website. Shopify hat dafür eine eingebaute Lösung ("Shopify Privacy Banner"), die kostenlos ist. Nutze das.

Schritt 6: Marketing und erste Kunden (Tag 14-30, 100-1000 Euro Budget)

Email-Marketing aufbauen

Bevor du Anzeigen schaltest, brauchst du eine Email-Liste. Shopify hat ein einfaches Email-Tool, aber besser ist eine dedizierte Plattform wie Brevo (ehemals Sendinblue) oder Mailchimp. Das ist kostenlos bis 500 Kontakte.

Erstelle einen Lead Magnet (z.B. "10% Rabatt bei Anmeldung") und richte eine Welcome-Sequenz ein (3-5 Emails über 2 Wochen). Das dauert 4-6 Stunden Setup, zahlt sich aber aus: Email-Marketing hat eine ROI von 4000-4500%, wenn es richtig gemacht wird.

Organic Traffic: Google und SEO

Das ist langfristig, aber kostenlos. Optimierte deine Kategorieseiten und Produktseiten für Keywords, die deine Zielgruppe sucht. Google Search Console einrichten (kostenlos), Keywords tracken, interne Links setzen. Das ist ein Marathon, nicht ein Sprint - aber nach 6-12 Monaten bringst du organischen Traffic.

Kosten: 0 Euro. Zeit: 5-10 Stunden monatlich.

Paid Ads: Google Shopping und Facebook

Das ist dein schnellster Weg zu Verkäufen. Starte mit einem Budget von 100-200 Euro/Monat. Nicht mehr. Die meisten Anfänger verbrennen 500+ Euro, bevor sie profitabel sind.

Google Shopping: Richte einen Google Merchant Center Account ein, verbinde deinen Shop, erstelle Product Feeds. Starte mit 50-100 Euro/Woche und tracke deinen ROAS (Return on Ad Spend). Wenn dein ROAS über 3:1 ist, erhöhe das Budget. Unter 2:1 = Stop und optimieren.

Facebook/Instagram Ads: Starte mit Carousel-Ads (mehrere Produkte), not Product Ads. Zielgruppe: Frauen 25-45 Jahre (oder deine spezifische Zielgruppe). Budget: 50-100 Euro/Woche. Tracke Conversion Rate und Cost per Purchase.

Social Media Presence (optional, aber wertvoll)

Du brauchst nicht überall zu sein. Wähle eine Plattform, wo deine Kunden sind:

- TikTok: Für jüngere Zielgruppen (unter 35 Jahren)
- Instagram: Für visuell ansprechende Produkte
- YouTube: Für längere Inhalte und Tutorials
- LinkedIn: Nur wenn B2B

Poste 2-3x pro Woche, authentisch. Nicht jeden Tag. Das kostet dich 5-10 Stunden/Monat und bringt langfristig Traffic. Anfangs keine Follower? Normal. Nach 6 Monaten hast du 500-1000 Follower, wenn du konsequent bist.

Schritt 7: Häufige Anfängerfehler und wie du sie vermeidest

Fehler 1: Zu viele Produkte zu schnell

Viele Anfänger laden 500 Produkte hoch und wundern sich, warum keins verkauft wird. Das Problem: Du schaffst es nicht, alle gut zu beschreiben, zu optimieren und zu bewerben. Starte mit 30-50 gut ausgewählten Produkten. Nach 3 Monaten, wenn du weißt, welche funktionieren, erweitern.

Fehler 2: Zu niedrige Preise

Du siehst einen Lieferanten mit 5 Euro Einkaufspreis und denkst: "Ich verkaufe für 12,99 Euro." Falsch. Der Einkaufspreis ist nur einer von vielen Kosten:

- Produktkosten: 5,00 Euro
- Versandkosten an Kunde: 4,00 Euro (Du zahlst DHL 3-5 Euro pro Paket)
- Zahlungsgebühren: 0,87 Euro (2,9% + 0,30 Euro von 12,99)
- Plattformgebühren (Shopify, Ads, etc.): 1,30 Euro

- Gesamtkosten: 11,17 Euro
- Gewinn: 1,82 Euro

Das ist nicht profitabel. Die Regel: Dein Einkaufspreis sollte nicht mehr als 30% des Verkaufspreises sein. Das heißt für das Produkt oben: Verkaufspreis mindestens 16,67 Euro (mit 30% Marge am Einkauf). Besser: 19,99-24,99 Euro, wenn der Markt das hergibt.

Fehler 3: Kein Tracking und Datenanalyse

Du schmeißt 500 Euro in Anzeigen und weißt nicht, welche Kampagne wie viel kostet. Das ist fahrlässig. Installiere Google Analytics 4 (kostenlos) und ein Pixel für jede Ad-Plattform. Tracke:

- Conversion Rate (Besucher ? Käufer)
- Cost per Acquisition (CPA)
- Average Order Value (AOV)
- Return on Ad Spend (ROAS)

Das sollte dein täglicher Check sein, nicht wöchentlich. Nach 2 Wochen Ads solltest du genug Daten haben, um zu sehen, was funktioniert.

Fehler 4: Schlechte Lieferantenbeziehungen

Du findest einen Lieferanten, stellst eine Bestellung, und dann? Nichts. Keine Kommunikation, keine Updates. Das ist ein Problem. Ich kontaktiere meine Lieferanten regelmäßig, stelle Fragen zur Qualitätskontrolle, frage nach neuen Produkten. Das ist Beziehungsarbeit. Ignoriere das nicht.

Fehler 5: Zu viel Zeit in Dingen, die nicht skalieren

Viele Anfänger machen alles manuell und sind stolz drauf. "Ich antworte jedem Kunden persönlich, ich packe selbst die Pakete" - das ist nicht skalierbar. Nach 10 Verkäufen/Woche wirst du zum Burnout. Automatisiere früh: Email-Antworten (Templates), Fulfillment (Lieferant oder Lager), Kundensupport (FAQ auf Website). So sparst du später hunderte Stunden.

Zeitplan: Von Tag 1 bis zum ersten Verkauf

Hier ist ein realistischer Zeitplan:

Realistische Erwartung: Mit 120-150 Stunden Arbeit und 500-1000 Euro Budget (Shopify, Ads, Tools) kannst du einen funktionierenden Shop in 4-6 Wochen aufbauen. Ob du sofort Verkäufe bekommst, hängt davon ab, wie gut deine Nische ist und wie gut dein Marketing läuft. Viele bekommen den ersten Verkauf in Woche 3-4. Manche erst nach 2-3 Monaten. Das ist normal.

Kosten-Übersicht: Was kostet ein Shopify-Shop wirklich?

Hier ist eine ehrliche Aufschlüsselung für die ersten 3 Monate:

- Shopify Basic Plan: 3 × 29 Euro = 87 Euro
- Domain: 8-15 Euro (ein Jahr)
- Email-Marketing (Brevo/Mailchimp): 0 Euro (kostenlos bis 500 Kontakte)
- Google Shopping Ads: 400-600 Euro (je nach Nische)

- Facebook/Instagram Ads: 200-400 Euro
- Premium Theme (optional): 0-300 Euro
- Apps (optional, z.B. SEO, Upsell): 0-100 Euro
- Lieferantenproben: 50-200 Euro (um Qualität zu testen)
- Gewerbeamt + IHK: 15-50 Euro

Summe: 760-1750 Euro für die ersten 3 Monate. Ohne Produktkosten, versteht sich - die kommen erst, wenn Kunden bestellen.

Der wichtigste Punkt: Gib nicht auf nach Woche 2

Das ist, wo ich die meisten Anfänger verliere. Sie starten energiegeladen, schalten Ads, warten 2 Wochen, sehen nur 1-2 Verkäufe und denken: "Das funktioniert nicht." Dann geben sie auf. Das ist ein Fehler. Die ersten 2-3 Wochen sind Datensammlung. Du brauchst mindestens 3-4 Wochen, um zu sehen, ob ein Geschäftsmodell funktioniert. Manche Nischen brauchen 8-12 Wochen.

Mein Tipp: Gib dir selbst 3 Monate. Wenn du nach 3 Monaten regelmäßig keine Verkäufe machst (unter 5 pro Woche) und dein ROAS unter 1:1 ist, dann überdenke deine Nische oder dein Marketing. Aber nicht vorher.

2026 ist es leichter als je zuvor, einen Shop zu starten. Aber leicht ist nicht gleich einfach. Der Unterschied zwischen einem Shop, der 10 Euro/Monat macht und einem, der 10.000 Euro/Monat macht, liegt nicht in der Technik. Die Technik ist trivial. Der Unterschied liegt in der Hartnäckigkeit, der Datenorientierung und der Bereitschaft, zu lernen. Das ist nicht sexy, aber es ist wahr.