

Shopify Shop erstellen: Der komplette Praxis-Guide 2026

Von der Kontoeröffnung über Theme-Auswahl bis zur rechtssicheren Konfiguration für Deutschland, Österreich und die Schweiz

Jana Kowalski · 13.08.2026

Als ich im Frühjahr 2019 meinen ersten Shopify-Shop aufgesetzt habe, habe ich drei Abende damit verbracht, die falsche App zu konfigurieren - weil ich einen englischsprachigen YouTube-Guide gefolgt bin, der die DACH-spezifischen Anforderungen komplett ignoriert hat. Keine Pflichtangaben im Impressum, keine korrekte USt-Ausweisung, kein SEPA-Lastschriftverfahren. Das Ergebnis: eine Abmahnung nach sechs Wochen, 420 Euro Anwaltskosten und ein kompletter Neustart. Dieser Guide soll dir genau das ersparen.

Shopify ist 2026 nach wie vor die beste Plattform für Dropshipping und eigene Produktshops - aber nur, wenn du ihn richtig aufbaust. Besonders im deutschsprachigen Raum gibt es Anforderungen, die in englischen Tutorials einfach nicht auftauchen.

Option A: Shopify Standard-Setup (Basic bis Advanced Plan)

Der klassische Weg: Du meldest dich an, wählst einen Plan und baust über das Admin-Interface. Klingt einfach - aber die Entscheidungen der ersten zwei Stunden bestimmen, wie viel Arbeit du in den nächsten Monaten hast.

Schritt 1: Konto erstellen und Plan auswählen

Geh auf shopify.com und nutze die kostenlose Testphase - aktuell drei Tage gratis, danach oft eine Promo für 1 Euro pro Monat über drei Monate. Du brauchst E-Mail, Passwort und einen Shop-Namen. Der Name ist anfangs nur intern, also keine Sorge - du kannst ihn später ändern.

Meine Empfehlung: Starten Sie mit dem Basic-Plan für 29 USD/Monat. Der Shopify-Plan (79 USD) brauchst du erst, wenn du professionelle Reports oder mehrere Mitarbeiterkonten benötigst. Der Advanced-Plan (299 USD) ist für Anfänger irrelevant. Alle Preise sind in USD, werden aber in EUR abgerechnet - mit leichten Schwankungen.

Schritt 2: Domain verbinden

Kaufe deine Domain nicht über Shopify. Die verlangen 14 USD pro Jahr für .com-Domains - bei Porkbun, Namecheap oder IONOS zahlst du 8-10 Euro und hast mehr Kontrolle. Für Deutschland empfehle ich eine .de-Domain. Bei IONOS kostet sie etwa 1 Euro im ersten Jahr, danach ca. 12 Euro jährlich.

Die Verbindung läuft über DNS: Du trägst Shopifys CNAME-Eintrag ins Domain-Provider-Panel ein. Shopify gibt dir beim Verbinden genaue Anweisungen - folge denen. Die Propagation dauert meist unter zwei Stunden, höchstens 48.

Schritt 3: Theme auswählen und anpassen

Shopify bietet kostenlose und kostenpflichtige Themes. Meine Empfehlung für Einsteiger: Dawn oder Sense (beide kostenlos). Beide sind schnell, mobiloptimiert und seit Shopify 2.0 ohne Code-Kenntnisse anpassbar. Teurere Themes wie Impulse (350 USD) oder Prestige (300 USD) brauchst du erst, wenn deine Nische läuft.

Beim Anpassen: Maximal drei Hauptfarben, Logo im SVG-Format hochladen (skaliert verlustfrei), und - das vergessen viele - die Theme-Sprache auf Deutsch stellen. Bei Dawn geht das über Online Store ? Themes ? Actions ? Edit Languages.

Schritt 4: Zahlungsanbieter einrichten

Hier wird's kritisch für Deutschland. Shopify Payments funktioniert hierzulande, braucht aber ein deutsches Geschäftskonto und Steuernummer. Das Problem: Shopify Payments akzeptiert nur Visa, Mastercard und AMEX - keine SEPA-Lastschrift und kein SOFORT-Überweisung nativ.

Ohne PayPal verlierst du laut Studien 30-40% der potenziellen Käufer. Richte also parallel ein: Shopify Payments für Kreditkarten und PayPal für den Rest. Klarna (Rechnungskauf ist in Deutschland beliebt) kostet eine zusätzliche App und Partner-Vereinbarung - das macht erst ab solidem Umsatz Sinn.

Tipp: Aktiviere in den Zahlungseinstellungen unbedingt 3D Secure und setze den Mindestbetrag für manuelle Überprüfungen auf 150 Euro. Das reduziert Chargebacks deutlich, ohne seriöse Kunden zu nerven.

Option B: Shopify mit Headless oder Shopify Plus

Der zweite Weg für alle, die von Anfang an auf Skalierung oder maximale technische Flexibilität setzen. Headless bedeutet: Frontend und Backend trennen - Shopify wird nur Datenbasis.

Wann macht Headless Sinn?

Wenn du einen bestehenden Webaufttritt hast (etwa einen WordPress-Blog mit 50.000 Besuchern monatlich) und Shopify nur als Commerce-Layer hinzufügen willst. Oder wenn dein Team sowieso mit React oder Next.js arbeitet und spezifische UX-Anforderungen hat.

Für 95% der Leser dieses Artikels ist Headless aber nicht sinnvoll. Entwicklungskosten starten bei 5.000-15.000 Euro, du brauchst laufende technische Betreuung. Das rentiert sich erst ab ca. 300.000 Euro Jahresumsatz, wenn Performance-Gewinne die Investition rechtfertigen.

Shopify Plus als Alternative

Shopify Plus kostet ab 2.300 USD/Monat und richtet sich an Shops mit über 1 Mio. USD Jahresumsatz. Interessante Features wie Launchpad oder B2B-Funktionen - aber für einen Neustart komplett überdimensioniert. Ich erwähne es nur, weil Leute immer wieder fragen, ob sie gleich damit starten sollen. Die Antwort ist nein.

Shopify Markets als pragmatischer Mittelweg

Was für den deutschsprachigen Raum wirklich interessant ist: Shopify Markets (ab

Basic-Plan). Du kannst deinen Shop für verschiedene Länder anpassen - unterschiedliche Währungen, Sprachen, Preise und Steuern. Willst du Deutschland, Österreich und die Schweiz gleichzeitig bedienen, ist das die sauberste Lösung ohne Headless-Komplexität.

Bei Markets stellst du für die Schweiz CHF ein, passt Preise an (Schweizer zahlen gerne 10-20% mehr, wenn der Shop vertrauenswürdig wirkt) und deaktivierst für die Schweiz die deutsche USt-Logik. Das braucht 30-45 Minuten und spart dir später viel Kopfschmerzen.

Rechtssichere Konfiguration für den DACH-Markt

Das ist das Thema, das in keinem englischen Tutorial auftaucht und deutsche Shopify-Nutzer am teuersten ignorieren. Lass mich konkret werden.

Impressum und Datenschutzerklärung

Du brauchst ein rechtssicheres Impressum mit Adresse, Telefon und E-Mail. Für Einzelunternehmer ohne Gewerbe reicht das - mit Gewerbe oder GmbH kommen weitere Angaben dazu. Der kostenlose Generator von e-recht24.de ist eine gute Basis, aber lass ihn von einem Anwalt prüfen, wenn du unsicher bist.

Die Datenschutzerklärung ist komplexer. Shopify nutzt US-Server und verschiedene Subprozessoren (Stripe, Google Analytics, Facebook Pixel). Jeder muss erwähnt werden. Seit 2021 nutze ich DataGuard oder den Trusted Shops-Generator - beide kosten ca. 9-19 Euro/Monat und halten Texte automatisch aktuell. Das ist kein Luxus, das ist Pflicht.

Widerrufsrecht und AGB

Bei Dropshipping aus Nicht-EU-Ländern gibt's eine wichtige Falle: Du bist der Verkäufer gegenüber dem Kunden, nicht der Lieferant. Du trägst das volle Widerrufsrecht-Risiko. 14 Tage Rückgaberecht ist Minimum - viele Anwälte empfehlen 30 Tage, weil das Vertrauen aufbaut und Disputes reduziert.

Deine AGB sollten regeln: Lieferzeiten (bei Dropshipping aus Asien: 15-30 Werktage - ehrlich kommunizieren), Zuständigkeit bei Beschädigungen, Retouren-Handling. Kostenlose AGB aus dem Netz sind gefährlich. Für 150-300 Euro bekommst du von einem spezialisierten Anwalt ein solides Set.

Steuerliche Einstellungen in Shopify

Geh in Settings ? Taxes and Duties. Für Deutschland: 19% MwSt. auf die meisten Produkte, 7% auf Bücher, Lebensmittel und Bestimmtes. Stelle sicher, dass Preise inklusive MwSt. angezeigt werden - das ist im B2C-Bereich Pflicht. Shopify hat dafür eine Einstellung unter Settings ? Taxes ? Include tax in prices.

Wichtig: Bei der OSS-Regelung (One-Stop-Shop) und Lieferungen in andere EU-Länder musst du die jeweiligen Mehrwertsteuersätze des Ziellandes anwenden. Shopify kann das automatisch berechnen - aber prüfe die Einstellungen mit deinem Steuerberater.

Das erste Produkt hochladen: So machst du es richtig

Viele unterschätzen, wie viel Zeit ein guter Produkt-Upload braucht. Nicht weil Shopify kompliziert ist, sondern weil Produktseiten-Qualität direkt über die Conversion-Rate entscheidet.

Produktbeschreibung und SEO

Kopiere nie die Lieferanten-Beschreibung. Nicht nur wegen Duplicate Content (Google straft das ab), sondern weil diese Texte meist auf Englisch sind oder maschinell übersetzt klingen. Schreib selbst, in natürlichem Deutsch, aus Kundensicht. Was löst das Produkt? Welches Problem hat der Käufer? Welche Fragen?

Für SEO: Dein primärer Suchbegriff gehört in den Produkttitel, vorne, nicht in Klammern am Ende. Die Meta-Beschreibung in Shopify ausfüllen - maximal 155 Zeichen, handlungsauffordernd. Alt-Text für jedes Produktbild setzen - zwei Minuten Aufwand, hilft bei Google Bildersuche.

Varianten, Bestände und Versandklassen

Wenn dein Produkt in verschiedenen Größen oder Farben kommt, nutze Shopify-Varianten statt separate Produkte. Das hält die URL-Struktur sauber und erleichtert das Inventory-Management. Bei Dropshipping stellst du Bestand auf Nicht verfolgen oder nutzt eine App wie DSers (AliExpress) oder Spocket (europäische Lieferanten) zur automatischen Synchronisation.

Versandklassen: Erstelle unter Settings ? Shipping mindestens zwei Profile - Standard (kostenlos ab 50 Euro) und Express (4,95 Euro, 2-3 Werktage). Bei Dropshipping aus Asien ist kostenloser Versand Standard - aber kommuniziere Lieferzeiten klar, sonst explodieren Support-Anfragen nach Tag 10.

Vergleich: Standard-Setup vs. erweitertes Setup

Meine Empfehlung: Womit du anfangen solltest

Nach sieben Jahren mit Shopify - mehreren Shops, etlichen Lieferantenwechseln und einer Abmahnung, die ich nie vergessen werde - ist meine Empfehlung klar: Starte mit dem Standard-Setup, aber mach die Rechtsgrundlage von Tag eins richtig.

Konkret: Basic Plan, eigene .de-Domain von IONOS oder Namecheap, Dawn-Theme, Shopify Payments plus PayPal, und sofort rechtssichere Datenschutzerklärung und Impressum. Die Investition in Rechtstexte (150-300 Euro einmalig plus 9-19 Euro/Monat) ist keine Option, sondern Pflicht. Wer das spart, zahlt später das Zehnfache.

Bei Apps gilt: Weniger ist mehr. Ich kenne Shops mit 30 Apps, die langsamer laden als eine WordPress-Seite von 2012. Starten Sie mit maximal fünf:

- DSers oder Spocket - Produkt-Import und Bestandssynchronisation
- Trusted Shops oder DataGuard - Rechtssichere Texte und Vertrauenssiegel
- Klaviyo - E-Mail-Marketing (kostenlos bis 500 Kontakte)
- Loox oder Judge.me - Produktbewertungen (ab 9 USD/Monat)
- Tidio - Live-Chat für Support (kostenlose Version reicht anfangs)

Was du nicht brauchst: Upsell-Apps in den ersten drei Monaten, Loyalty-Programme, komplexe Bundle-Apps. Das kommt alles, wenn du weißt, dass deine Nische funktioniert

und erste echte Verkäufe kommen.

Ein letzter Punkt, der mir wichtig ist: Shopify ist ein Werkzeug, kein Geschäftsmodell. Ich sehe täglich Leute, die wochenlang am Shop basteln, das perfekte Theme suchen und fünf Schriftarten testen - aber nie ein einziges Produkt an einen echten Kunden verkaufen. Der Shop muss gut genug sein, nicht perfekt. Gut genug heißt: rechtssicher, mobiloptimiert, klare Preise, ehrliche Lieferzeiten. Der Rest kommt mit den ersten Verkäufen und echtem Kunden-Feedback.

Starten Sie, lernen Sie, optimieren Sie. In dieser Reihenfolge.