

STORE2X BRANCHEN-REPORT

E-Commerce in der Beauty-Branche 2026: Systeme, Tools und Apps von 67.000 Kosmetik-Shops

Eigene Auswertung von 67.548 Beauty- und Kosmetik-Shops: Welches Shopsystem, welche Tools und welche Apps in der Beauty-Branche wirklich Standard sind.

AUF EINEN BLICK

DATENBASIS

HTTP Archive (Technologie-Erkennung)

STICHMONAT

August 2026

ANALYSIERTE SHOPS

67.548 Beauty-Shops

KLASSIFIKATION

**Shop-Beschreibung (OpenGraph), ~87
% Präzision**

Veröffentlicht am 2. September 2026 · Von Richard Roth und Till Täubrich

Wie sieht der E-Commerce-Stack in der Beauty- und Kosmetikbranche wirklich aus? Für diesen Report haben wir aus dem HTTP Archive rund 67.500 aktive Beauty-, Kosmetik-, Hautpflege- und Parfum-Shops weltweit identifiziert (Stand August 2026) und ausgewertet, auf welchem Shopsystem sie laufen und welche Zahlungsarten, Marketing-Tools, Bewertungs- und Chat-Apps sie einsetzen. Das Ergebnis ist ein Röntgenbild der Branche: Welche Technologie ist Standard, was ist Nische, und woran orientieren sich die erfolgreichsten Shops?

ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Shopify führt klar: 46,0 % aller Beauty-Shops laufen auf Shopify, rund das Zweieinhalbfache seines Gesamtmarktanteils über alle Branchen.
- WooCommerce ist mit 21,3 % eine ungewöhnlich starke Nummer zwei, präsenter als in den meisten anderen Branchen, und damit der mit Abstand größte Migrations-Pool.
- Klaviyo dominiert das E-Mail-Marketing (15,7 %), doppelt so häufig wie Mailchimp (7,8 %): Klaviyo ist der De-facto-Standard erfolgreicher Beauty-Shops.
- Bewertungen laufen über Judge.me (17,4 %), das mit weitem Abstand populärste Trust-Tool der Branche, vor Trustpilot, Yotpo und Loox.
- Kundenkontakt ist mobil und direkt: WhatsApp Business (19,0 %) ist das meistgenutzte Chat-Tool, häufiger als alle klassischen Helpdesks zusammen.
- Der Checkout ist Wallet-first: Apple Pay (28,9 %), PayPal (28,2 %) und Shop Pay (25,7 %) führen, Abo- und Nachkauf-Apps wie Seal Subscriptions zeigen das Replenishment-Modell der Branche.

Welches Shopsystem nutzt die Beauty-Branche?

Shopify ist auch in Beauty die klare Nummer eins, mit 46 % aber weniger erdrückend als in der Mode. Auffällig ist die zweite Reihe: WooCommerce erreicht hier mit 21,3 % einen ungewöhnlich hohen Anteil und ist damit der größte Bestand an potenziellen Migrationskandidaten.

Shopsystem	Anteil der Beauty-Shops
Shopify	46,0 %
WooCommerce	21,3 %
Wix eCommerce	7,2 %
Squarespace Commerce	5,2 %
PrestaShop	1,1 %
Shoptet	0,9 %
Tiendanube	0,9 %
Nuvemshop	0,8 %
OpenCart	0,5 %
Salla	0,4 %

Anteil an 67.548 klassifizierten Beauty-Shops. Der Wappalyzer-Sammelwert „Cart Functionality“ ist ausgeschlossen.

Wie zahlen Kunden in Beauty-Shops?

Der Checkout in der Beauty-Branche ist klar Wallet-first: Digitale Geldbörsen und Express-Checkouts liegen vor klassischen Kartenformularen. Klarna ist der wichtigste Buy-now-pay-later-Anbieter, spielt in Beauty aber eine kleinere Rolle als in der Mode.

Zahlungsart	Anteil der Beauty-Shops
Apple Pay	28,9 %
PayPal	28,2 %
Shop Pay	25,7 %
Google Pay	17,3 %
Klarna	5,8 %
Stripe	3,5 %

Welche Bewertungs-Tools setzen Beauty-Shops ein?

Social Proof ist in Beauty kaufentscheidend. 29,7 % aller ausgewerteten Shops nutzen ein erkennbares Bewertungs-Tool, und der Markt hat einen klaren Favoriten.

Bewertungs-Tool	Anteil der Beauty-Shops
Judge.me	17,4 %
Trustpilot	2,8 %
Yotpo Reviews	2,7 %
Loox	2,4 %
Klaviyo Reviews	1,4 %
Trustindex	1,4 %

29,7 % der Beauty-Shops nutzen mindestens ein erkennbares Bewertungs-Tool.

Womit betreiben Beauty-Shops E-Mail-Marketing?

E-Mail und Automatisierung sind der Umsatzmotor im Beauty-E-Commerce, gerade weil Kosmetik ein Nachkauf-Geschäft ist. 32,0 % der Shops setzen ein Marketing-Automation-Tool ein, und Klaviyo hat Mailchimp klar überholt.

Marketing-Tool	Anteil der Beauty-Shops
Klaviyo	15,7 %
Mailchimp	7,8 %
PushOwl	3,5 %
Omnisend	2,8 %
Sendinblue (Brevo)	1,7 %
Privy	1,0 %

32,0 % der Beauty-Shops nutzen mindestens ein Marketing-Automation-Tool.

Wie kommunizieren Beauty-Shops mit Kunden?

Der Kundenkontakt in der Beauty-Branche ist überwiegend mobil: WhatsApp Business ist das mit Abstand meistgenutzte Chat-Tool und liegt vor allen klassischen Helpdesk-Lösungen zusammen.

Chat-/Support-Tool	Anteil der Beauty-Shops
WhatsApp Business Chat	19,0 %
Zendesk	1,3 %
Gorgias	1,1 %
Tidio	0,9 %
Tawk.to	0,7 %
Facebook Chat Plugin	0,7 %

25,2 % der Beauty-Shops nutzen mindestens ein Live-Chat- oder Support-Tool.

Welche Shopify-Apps sind in Beauty am beliebtesten?

Für die Shops auf Shopify zeigt sich ein App-Repertoire rund um Kundenbindung, Abo-Modelle und Conversion. Auffällig für Beauty: Abo-Apps wie Seal Subscriptions und Upsell-Tools wie Rebuy spiegeln das Replenishment-Geschäft mit Verbrauchsprodukten.

Shopify-App	Anteil der Beauty-Shops
Smile (Loyalty)	3,0 %
Secomapp	2,1 %
EasyGift	1,6 %
Seal Subscriptions	1,2 %
Rebuy	1,1 %
Swym Wishlist Plus	1,1 %

Erkennbare, code-sichtbare Apps. Reine Backend-Apps ohne Frontend-Fingerabdruck werden nicht erfasst.

Was das für deinen Shop bedeutet

Für Beauty-Händler ist die Botschaft klar: Shopify ist mit 46 % der Standard, aber die Branche ist heterogener als die Mode. Der ungewöhnlich hohe WooCommerce-Anteil von 21,3 % bedeutet, dass ein großer Teil der Beauty-Shops noch auf einem self-hosted System sitzt, mit den bekannten Nachteilen bei Performance, Wartung und Sicherheit. Genau dieser Bestand ist der größte Migrations-Pool der Branche.

Der Tool-Stack ist aufschlussreich: Ein konkurrenzfähiger Beauty-Shop kombiniert heute typischerweise Shopify plus Klaviyo (E-Mail), Judge.me (Bewertungen), WhatsApp Business (Kundenkontakt) und einen Wallet-first-Checkout. Diese Kombination ist kein Zufall, sondern der eingespielte Standard der erfolgreichsten Shops.

Beauty hat eine eigene Signatur: Abo- und Nachkauf-Apps wie Seal Subscriptions sowie Upsell-Tools wie Rebuy sind hier sichtbar verbreitet, weil Kosmetik ein Verbrauchs- und Wiederkauf-Geschäft ist. Wer migriert, gewinnt Zugang zu genau dem App-Ökosystem, das dieses Replenishment-Modell

abbildet, von Subscription-Management über Loyalty bis zu Bewertungen mit Foto-Uploads.

Methodik

Grundlage ist eine eigene Auswertung der Technologie-Erkennung des HTTP Archive (Crawl vom 1. August 2026, mobile Startseiten, pro Domain dedupliziert). Aus allen als E-Commerce erkannten Shops haben wir Beauty-Shops über die Shop-Beschreibung (OpenGraph- und Twitter-Metadaten) klassifiziert: Ein Shop zählt als Beauty, wenn seine Beschreibung eindeutige Beauty-Begriffe enthält (z. B. Kosmetik, Skincare, Make-up, Parfum, Haarpflege). Eine manuelle Stichprobenprüfung ergab rund 87 % Treffergenauigkeit; die verbleibende Unschärfe betrifft vor allem angrenzende Beauty-Dienstleister wie Salons und Medspas sowie einzelne benachbarte Bereiche. Alle Prozentwerte beziehen sich auf die 67548 klassifizierten Shops. Die automatische Technologie-Erkennung ist nicht in jedem Einzelfall perfekt, und reine Backend-Apps ohne sichtbaren Code-Fingerabdruck werden nicht erfasst.

Quellen

- [HTTP Archive – Technologie-Erkennung & Daten](#)
- [Web Almanac – E-Commerce \(HTTP Archive\)](#)

Über store2x

store2x migriert Onlineshops zu Shopify, ohne Daten- und Ranking-Verlust, und optimiert sie für Performance und SEO. Dieser Report wurde von Richard Roth und Till Täubrich erstellt.

Kostenlose Analyse: store2x.com