

STORE2X BRANCHEN-REPORT

E-Commerce bei Nahrungsergänzung 2026: Systeme, Tools und Apps von 19.500 Supplement-Shops

Eigene Auswertung von 19.561 Nahrungsergänzungs-Shops: Welches Shopsystem, welche Tools und welche Apps in der Supplement-Branche wirklich Standard sind.

AUF EINEN BLICK

DATENBASIS HTTP Archive (Technologie-Erkennung)	STICHMONAT August 2026
ANALYSIERTE SHOPS 19.561 Supplement-Shops	KLASSIFIKATION Shop-Beschreibung (OpenGraph), ~88 % Präzision

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

Wie sieht der E-Commerce-Stack in der Nahrungsergänzungs-Branche wirklich aus? Für diesen Report haben wir aus dem HTTP Archive rund 19.500 aktive Supplement-, Vitamin- und Proteinshops weltweit identifiziert (Stand August 2026) und ausgewertet, auf welchem Shopsystem sie laufen und welche Zahlungsarten, Marketing-, Bewertungs- und Abo-Apps sie einsetzen. Das Ergebnis ist das professionellste E-Commerce-Setup aller von uns ausgewerteten Branchen.

ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Nahrungsergänzung hat den professionellsten DTC-Stack aller Branchen: Shopify führt mit 570 %, und die Tool-Adoption ist durchgängig die höchste unserer Reports.
- Klaviyo ist mit 30,0 % extrem dominant, fast jeder dritte Shop nutzt es, und insgesamt setzen 46,7 % der Shops Marketing-Automation ein.
- Bewertungen sind Pflicht: 41,7 % der Shops nutzen ein Trust-Tool, allen voran Judge.me (22,1 %), weil Vertrauen bei Einnahme-Produkten kaufentscheidend ist.
- Die Branche ist Abo-getrieben: Seal Subscriptions (4,8 %) und Recharge (7,7 %) bilden das Nachkauf-Modell ab, ergänzt durch Upsell-Tools wie Rebuy (3,2 %).
- Der Checkout ist stark Wallet-first: Apple Pay (37,9 %), PayPal (36,9 %) und Shop Pay (34,9 %) sind Standard.

Welches Shopsystem nutzt die Supplement-Branche?

Mit 570 % ist Shopify klar der Branchenstandard, mehr als das Dreifache seines Gesamtmarktanteils. WooCommerce (20,1 %) ist die Nummer zwei und der typische Migrations-Ausgangspunkt.

Shopsystem	Anteil der Supplement-Shops
Shopify	570 %
WooCommerce	20,1 %
Wix eCommerce	3,5 %
Squarespace Commerce	1,9 %
PrestaShop	0,8 %
Magento	0,6 %
Amazon Webstore	0,6 %
Shopware	0,5 %

Anteil an 19.561 klassifizierten Supplement-Shops. Der Wappalyzer-Sammelwert „Cart Functionality“ ist ausgeschlossen.

Wie zahlen Kunden in Supplement-Shops?

Der Checkout ist stark ausgebaut und Wallet-first, eine Folge des hohen Shopify-Anteils. Auffällig ist die hohe Verbreitung von Recharge (7,7 %) als Abo-Zahlungslösung.

Zahlungsart	Anteil der Supplement-Shops
Apple Pay	37,9 %
PayPal	36,9 %
Shop Pay	34,9 %
Google Pay	23,0 %
Klarna	6,4 %
Stripe	3,0 %

Welche Bewertungs-Tools setzen Supplement-Shops ein?

Bei Einnahme-Produkten ist Vertrauen kaufentscheidend, und das zeigt sich klar: 41,7 % aller Shops nutzen ein Bewertungs-Tool, der höchste Wert aller Branchen. Judge.me dominiert.

Bewertungs-Tool	Anteil der Supplement-Shops
Judge.me	22,1 %
Yotpo Reviews	4,8 %
Trustpilot	4,7 %
Loox	3,8 %
Klaviyo Reviews	2,8 %
Okendo	2,2 %

41,7 % der Supplement-Shops nutzen mindestens ein erkennbares Bewertungs-Tool, der höchste Wert aller Branchen.

Womit betreiben Supplement-Shops E-Mail-Marketing?

Nirgends ist Marketing-Automation so verbreitet wie hier: 46,7 % der Shops nutzen ein Tool, und Klaviyo ist mit 30,0 % geradezu übermächtig. E-Mail und Automatisierung sind der Umsatzmotor der Branche.

Marketing-Tool	Anteil der Supplement-Shops
Klaviyo	30,0 %
Mailchimp	8,3 %
PushOwl	5,4 %
Omnisend	3,1 %
Sendinblue (Brevo)	1,8 %
HubSpot	1,8 %

46,7 % der Supplement-Shops nutzen mindestens ein Marketing-Automation-Tool, der höchste Wert aller Branchen.

Wie kommunizieren Supplement-Shops mit Kunden?

24,6 % der Supplement-Shops nutzen ein Chat- oder Support-Tool. WhatsApp Business führt, gefolgt von den E-Commerce-Helpdesks Zendesk und Gorgias.

Chat-/Support-Tool	Anteil der Supplement-Shops
WhatsApp Business Chat	14,2 %
Zendesk	2,9 %
Gorgias	2,8 %
Tidio	1,2 %

24,6 % der Supplement-Shops nutzen mindestens ein Live-Chat- oder Support-Tool.

Welche Shopify-Apps sind bei Supplements am beliebtesten?

Für die Shops auf Shopify dreht sich alles um Abo und Wiederkauf: Seal Subscriptions führt, dazu kommen Upsell-Tools wie Rebuy und Loyalty mit Smile, genau das Repertoire eines Nachkauf-Geschäfts.

Shopify-App	Anteil der Supplement-Shops
Seal Subscriptions	4,8 %
Smile (Loyalty)	3,5 %
Rebuy	3,2 %
Secomapp	2,5 %
Okendo	2,2 %
Alia	2,1 %

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

Was das für deinen Shop bedeutet

Nahrungsergänzung ist die Blaupause für professionellen DTC-E-Commerce: Shopify (57 %), Klaviyo (30 %), flächendeckende Bewertungen (41,7 %) und ein Abo-first-Modell. Kein anderer Sektor nutzt den Shopify-Standard-Stack so konsequent.

Der Grund liegt in der Ökonomie der Branche: Supplements sind ein Wiederkauf-Geschäft mit hohem Vertrauensbedarf. Deshalb sind Abo-Apps (Seal, Recharge), Upsell (Rebuy) und Reviews (Judge.me, Okendo) hier nicht Kür, sondern Pflicht, und genau dieses Repertoire ist auf Shopify am reifsten.

Für einen Wechsel spricht die Datenlage eindeutig: Wer als Supplement-Marke noch auf WooCommerce sitzt, verzichtet auf das App-Ökosystem, das den Umsatzmotor der Branche, Abo und Wiederkauf, überhaupt erst effizient macht.

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 Supplement-Shops über die Shop-Beschreibung (OpenGraph- und Twitter-Metadaten) klassifiziert: Ein Shop zählt als Nahrungsergänzung, wenn seine Beschreibung eindeutige Begriffe enthält (z. B. Nahrungsergänzung, Supplement, Vitamin, Protein, Kollagen) und keine widersprechenden Signale. Eine manuelle Stichprobenprüfung ergab rund 88 % Treffergenauigkeit; die verbleibende Unschärfe betrifft vor allem angrenzende Bereiche wie Sporternährung und

Naturkosmetik. Alle Prozentwerte beziehen sich auf die 19.561 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