

STORE2X BRANCHEN-REPORT

E-Commerce bei Solar & PV 2026: Systeme, Tools und Apps von 1.800 Solar-Shops

Eigene Auswertung von 1.789 Solar- und Photovoltaik-Shops: Welches Shopsystem und welche Tools in der Solar-Branche wirklich Standard sind.

AUF EINEN BLICK

DATENBASIS

HTTP Archive (Technologie-Erkennung)

STICHMONAT

August 2026

ANALYSIERTE SHOPS

1.789 Solar-Shops

KLASSIFIKATION

Shop-Beschreibung (OpenGraph), ~90
% Präzision

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

Wie sieht der E-Commerce-Stack bei Solar und Photovoltaik wirklich aus? Für diesen Report haben wir aus dem HTTP Archive rund 1.800 aktive Solar-, PV- und Balkonkraftwerk-Shops weltweit identifiziert (Stand August 2026), also Händler für Module, Wechselrichter und Speicher, und ausgewertet, auf welchem Shopsystem sie laufen und welche Zahlungsarten, Marketing- und Bewertungs-Tools sie einsetzen. Reine Installateure und Dienstleister sind ausgeschlossen.

ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Solar ist self-hosted-lastig: WooCommerce führt knapp mit 36,2 % vor Shopify (34,8 %), eine von nur zwei Branchen (neben Industrie) ohne Shopify-Führung.
- Das spiegelt den technischen, oft DACH-geprägten Charakter der Branche (Balkonkraftwerke, Speicher, Wechselrichter).
- Der Kundenkontakt ist überdurchschnittlich: 29,7 % der Shops nutzen ein Chat-Tool, allen voran WhatsApp Business (21,1 %), passend zu erklärungsbedürftigen technischen Produkten.
- Bewertungen sind DACH-typisch geprägt: neben Judge.me (11,7 %) ist Trusted Shops (3,4 %) stark vertreten.
- Der Checkout ist PayPal-first (29,0 %), und Klarna (7,7 %) ist als Finanzierung für höherpreisige PV-Anschaffungen relevant.

Welches Shopsystem nutzt die Solar-Branche?

Solar ist eine von nur zwei Branchen (neben Industrie), in denen nicht Shopify führt: WooCommerce liegt mit 36,2 % knapp vorn, Shopify folgt mit 34,8 %. Das spiegelt den technischen, self-hosted-affinen Charakter der Branche.

Shopsystem	Anteil der Solar-Shops
WooCommerce	36,2 %
Shopify	34,8 %
Wix eCommerce	6,3 %
Squarespace Commerce	2,2 %
Shopware	1,9 %
PrestaShop	1,4 %
JTL Shop	1,2 %

Anteil an 1.789 klassifizierten Solar-Shops (nur Produkt-Shops, keine Installateure). Der Wappalyzer-Sammelwert „Cart Functionality“ ist ausgeschlossen.

Wie zahlen Kunden in Solar-Shops?

Der Checkout ist PayPal-first. Klarna spielt als Finanzierung für höherpreisige Solar- und Speicher-Anschaffungen eine überdurchschnittliche Rolle.

Zahlungsart	Anteil der Solar-Shops
PayPal	29,0 %
Apple Pay	20,7 %
Shop Pay	18,3 %
Google Pay	15,9 %
Klarna	7,7 %
Stripe	2,6 %

Welche Bewertungs-Tools setzen Solar-Shops ein?

Bei höherpreisigen, technischen Anschaffungen ist Vertrauen wichtig: 23,5 % aller Shops nutzen ein Bewertungs-Tool. Neben Judge.me ist Trusted Shops auffällig stark, ein klares DACH-Signal.

Bewertungs-Tool	Anteil der Solar-Shops
Judge.me	11,7 %
Trustpilot	3,7 %
Trusted Shops	3,4 %
Trustindex	2,3 %
Loox	1,6 %

23,5 % der Solar-Shops nutzen mindestens ein erkennbares Bewertungs-Tool.

Womit betreiben Solar-Shops E-Mail-Marketing?

23,6 % der Solar-Shops nutzen ein Marketing-Automation-Tool. Klaviyo und Mailchimp liegen vorn, und der überdurchschnittliche HubSpot-Anteil verweist auf beratungs- und projektnahe Geschäfte.

Marketing-Tool	Anteil der Solar-Shops
Klaviyo	8,4 %
Mailchimp	7,1 %
PushOwl	4,1 %
HubSpot	2,9 %
MailChimp for WordPress	2,0 %
Omnisend	1,9 %

23,6 % der Solar-Shops nutzen mindestens ein Marketing-Automation-Tool.

Wie kommunizieren Solar-Shops mit Kunden?

Der Kundenkontakt ist überdurchschnittlich ausgebaut: 29,7 % der Solar-Shops nutzen ein Chat- oder Support-Tool. WhatsApp Business führt, passend zu erklärungsbedürftigen technischen Produkten und Dimensionierungs-Fragen.

Chat-/Support-Tool	Anteil der Solar-Shops
WhatsApp Business Chat	21,1 %
Zendesk	2,9 %
Tawk.to	2,8 %
Tidio	1,4 %

29,7 % der Solar-Shops nutzen mindestens ein Live-Chat- oder Support-Tool.

Was das für deinen Shop bedeutet

Solar ist neben Industrie die zweite Branche, in der WooCommerce (36,2 %) vor Shopify (34,8 %) liegt. Das spiegelt den technischen, oft DACH-geprägten Charakter: Balkonkraftwerke, Speicher und Wechselrichter werden häufig über self-hosted Shops mit individuellen Konfigurations- und Beratungsfunktionen verkauft.

Der Stack ist beratungs- und vertrauensgetrieben: hoher Live-Chat-Anteil (WhatsApp 21,1 %), DACH-typische Trust-Signale wie Trusted Shops und HubSpot für projektnahe Geschäfte. Klarna zeigt die Bedeutung von Finanzierung bei größeren Anschaffungen.

Für eine Migration ist Shopify dort attraktiv, wo ein Solar-Händler sein Produktgeschäft (Module, Speicher, Balkonkraftwerke) skalieren und mobil-optimieren will. Die Zielarchitektur sollte Beratung, Dimensionierung und Finanzierung sauber abbilden.

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 Solar-Shops über die Shop-Beschreibung (OpenGraph- und Twitter-Metadaten) klassifiziert, beschränkt auf Shops mit eindeutigen Produkt-Signalen (z. B. Solarmodul, Wechselrichter, Balkonkraftwerk, Energiespeicher) und unter Ausschluss von reinen Installateuren, Dienstleistern und Sonnenschutz-Kosmetik. Eine manuelle Stichprobenprüfung ergab rund 90 % Treffergenauigkeit. Alle Prozentwerte beziehen sich auf die 1.789 klassifizierten Shops. Die automatische Technologie-Erkennung ist nicht in jedem Einzelfall perfekt.

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