

STORE2X BRANCHEN-REPORT

E-Commerce in der Sport-Branche 2026: Systeme, Tools und Apps von 3.100 Sport-Shops

Eigene Auswertung von 3.150 Sport- und Fitness-Shops: Welches Shopsystem, welche Tools und welche Apps in der Sport-Branche wirklich Standard sind.

AUF EINEN BLICK

DATENBASIS

HTTP Archive (Technologie-Erkennung)

STICHMONAT

August 2026

ANALYSIERTE SHOPS

3.150 Sport-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 Sport- und Fitnessbranche wirklich aus? Für diesen Report haben wir aus dem HTTP Archive rund 3.100 aktive Sportartikel-, Sportbekleidungs- und Fitness-Shops weltweit identifiziert (Stand August 2026) und ausgewertet, auf welchem Shopsystem sie laufen und welche Zahlungsarten, Marketing-, Bewertungs- und Chat-Apps sie einsetzen. Ausdrücklich ausgeschlossen sind Dienstleister wie Fitnessstudios, Vereine und Kurse, es geht rein um Produkt-Shops.

ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Sport-Shops sind stark DTC-getrieben: 62,2 % laufen auf Shopify, einer der höchsten Werte aller Branchen.
- WooCommerce (12,2 %) ist die klare Nummer zwei und der typische Migrations-Ausgangspunkt.
- Klaviyo dominiert das Marketing überdurchschnittlich (27,4 %), fast jeder dritte Shop nutzt es.
- Bewertungen sind wichtig: 39,7 % der Shops nutzen ein Trust-Tool, allen voran Judge.me (20,4 %).
- Der Checkout ist Wallet-first: PayPal (45,5 %), Apple Pay (44,8 %) und Shop Pay (40,9 %) führen, Klarna (8,9 %) ist der wichtigste BNPL-Anbieter.

Welches Shopsystem nutzt die Sport-Branche?

Sport-Shops setzen klar auf Shopify: Mit 62,2 % ist der Anteil einer der höchsten aller Branchen. Das passt zu einer bildstarken, marken- und community-getriebenen Produktwelt.

Shopsystem	Anteil der Sport-Shops
Shopify	62,2 %
WooCommerce	12,2 %
Wix eCommerce	3,7 %
Squarespace Commerce	2,1 %
Shopware	1,2 %
Lightspeed eCom	1,0 %
PrestaShop	1,0 %

Anteil an 3.150 klassifizierten Sport-Shops (nur Produkt-Shops, keine Studios oder Vereine). Der Wappalyzer-Sammelwert „Cart Functionality“ ist ausgeschlossen.

Wie zahlen Kunden in Sport-Shops?

Der Checkout ist Wallet-first, mit PayPal und Apple Pay fast gleichauf an der Spitze. Klarna spielt als Buy-now-pay-later-Anbieter eine überdurchschnittliche Rolle.

Zahlungsart	Anteil der Sport-Shops
PayPal	45,5 %
Apple Pay	44,8 %
Shop Pay	40,9 %
Google Pay	28,5 %
Klarna	8,9 %
Stripe	2,4 %

Welche Bewertungs-Tools setzen Sport-Shops ein?

Social Proof ist im Sport-E-Commerce wichtig: 39,7 % aller Shops nutzen ein erkennbares Bewertungs-Tool, ein hoher Wert, mit Judge.me als klarem Favoriten.

Bewertungs-Tool	Anteil der Sport-Shops
Judge.me	20,4 %
Yotpo Reviews	4,7 %
Trustpilot	4,4 %
Loox	3,5 %
Klaviyo Reviews	2,9 %
Okendo	1,9 %

39,7 % der Sport-Shops nutzen mindestens ein erkennbares Bewertungs-Tool.

Womit betreiben Sport-Shops E-Mail-Marketing?

E-Mail-Marketing ist der Umsatzmotor der Branche: 45,6 % der Shops nutzen ein Tool, einer der höchsten Werte aller Branchen. Klaviyo dominiert mit 27,4 % klar.

Marketing-Tool	Anteil der Sport-Shops
Klaviyo	27,4 %
Mailchimp	10,5 %
PushOwl	5,0 %
Omnisend	3,0 %
Sendinblue (Brevo)	2,1 %
Privy	1,5 %

45,6 % der Sport-Shops nutzen mindestens ein Marketing-Automation-Tool.

Wie kommunizieren Sport-Shops mit Kunden?

21,0 % der Sport-Shops nutzen ein Chat- oder Support-Tool. WhatsApp Business führt, ergänzt durch die E-Commerce-Helpdesks Zendesk und Gorgias.

Chat-/Support-Tool	Anteil der Sport-Shops
WhatsApp Business Chat	11,1 %
Zendesk	2,6 %
Gorgias	2,1 %
Tidio	1,4 %

21,0 % der Sport-Shops nutzen mindestens ein Live-Chat- oder Support-Tool.

Welche Shopify-Apps sind in Sport am beliebtesten?

Für die Shops auf Shopify zeigt sich ein DTC-Repertoire rund um Loyalty, Wunschlisten und Bewertungen mit Fotos, passend zu einer marken- und community-getriebenen Branche.

Shopify-App	Anteil der Sport-Shops
Smile (Loyalty)	3,9 %
Swym Wishlist Plus	2,0 %
Okendo	1,9 %
Rebuy	1,8 %
Pandectes (GDPR)	1,6 %
Privy	1,5 %

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

Was das für deinen Shop bedeutet

Sport ist eine ausgeprägte DTC-Branche: Mit 62,2 % Shopify-Anteil ist die Plattform der klare Standard, WooCommerce mit 12,2 % der typische Migrations-Pool. Sportmarken und -händler setzen auf bildstarke, community-orientierte Storefronts.

Der Tool-Stack ist besonders professionell: Klaviyo (27,4 %) und Bewertungen (39,7 %) liegen deutlich über dem Branchenschnitt. Ein konkurrenzfähiger Sport-Shop kombiniert Shopify plus Klaviyo, Judge.me, einen Wallet-first-Checkout mit Klarna und Loyalty-Tools wie Smile.

Für eine Migration spricht die Datenlage klar: Der Zielmarkt Shopify ist in Sport nicht nur am größten, sondern hat auch das reifste Ökosystem für genau die Funktionen, die eine marken- und wiederkauf-getriebene Sport-Community braucht, von Loyalty über Wunschlisten bis zu Foto-Reviews.

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 Sport-Shops über die Shop-Beschreibung (OpenGraph- und Twitter-Metadaten) klassifiziert, streng beschränkt auf Shops mit eindeutigen Produkt-Signalen (z. B. Sportartikel, Sportbekleidung, Laufschuhe, Fitnessgeräte, Fahrrad) und unter konsequentem Ausschluss von Dienstleistern (Fitnessstudios, Kurse, Vereine, Locations). Eine manuelle Stichprobenprüfung ergab rund 88 % Treffergenauigkeit; die verbleibende Unschärfe betrifft vor allem angrenzende Mode- und Nahrungsergänzungs-Sortimente. Alle Prozentwerte beziehen sich auf die 3.150 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