

STORE2X BRANCHEN-REPORT

E-Commerce bei DIY & Werkzeug 2026: Systeme, Tools und Apps von 2.700 Werkzeug-Shops

Eigene Auswertung von 2.744 DIY- und Werkzeug-Shops: Welches Shopsystem und welche Tools in der Werkzeug-Branche wirklich Standard sind.

AUF EINEN BLICK

DATENBASIS HTTP Archive (Technologie-Erkennung)	STICHMONAT August 2026
ANALYSIERTE SHOPS 2.744 Werkzeug-Shops	KLASSIFIKATION Shop-Beschreibung (OpenGraph), ~80 % Präzision

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

Wie sieht der E-Commerce-Stack bei DIY und Werkzeug wirklich aus? Für diesen Report haben wir aus dem HTTP Archive rund 2.700 aktive Werkzeug-, Elektrowerkzeug- und Heimwerker-Shops weltweit identifiziert (Stand August 2026) und ausgewertet, auf welchem Shopsystem sie laufen und welche Zahlungsarten, Marketing- und Bewertungs-Tools sie einsetzen.

ERGEBNISSE

Die wichtigsten Ergebnisse

- Shopify führt mit 30,6 %, aber WooCommerce (25,0 %) ist fast gleichauf, und die DACH-Systeme Shopware (7,9 %) und JTL (4,0 %) sind überdurchschnittlich vertreten.
- Damit ist die Branche self-hosted-lastig und bietet einen großen, gemischten Migrations-Pool jenseits von Shopify.
- Der Checkout ist PayPal-first (34,7 %) vor Apple Pay (19,9 %), typisch für eine funktions- und preisorientierte Käuferschaft.
- Bei den Bewertungen ist Trusted Shops (5,4 %) auffällig stark, ein klares DACH-Signal, neben Judge.me (7,5 %).
- Die Marketing-Adoption ist niedrig (17,4 %), weil Werkzeuge stark such- und bedarfsgetrieben gekauft werden.

Welches Shopsystem nutzt die Werkzeug-Branche?

Shopify führt mit 30,6 %, doch WooCommerce ist mit 25,0 % fast gleichauf, und mit Shopware (7,9 %) und JTL (4,0 %) sind zwei DACH-typische Systeme überdurchschnittlich vertreten. Die Branche ist deutlich self-hosted-lastiger als reine DTC-Segmente.

Shopsystem	Anteil der Werkzeug-Shops
Shopify	30,6 %
WooCommerce	25,0 %
Shopware	7,9 %
JTL Shop	4,0 %
Wix eCommerce	3,7 %
Squarespace Commerce	1,7 %
Magento	1,3 %
PrestaShop	0,9 %
plentymarkets	0,7 %

Anteil an 2.744 klassifizierten Werkzeug-Shops. Der Wappalyzer-Sammelwert „Cart Functionality“ ist ausgeschlossen.

Wie zahlen Kunden in Werkzeug-Shops?

Anders als in den meisten DTC-Branchen führt hier PayPal klar vor Apple Pay, typisch für eine funktions- und preisorientierte, oft gewerbliche Käuferschaft im DACH-Raum.

Zahlungsart	Anteil der Werkzeug-Shops
PayPal	34,7 %
Apple Pay	19,9 %
Shop Pay	17,3 %
Google Pay	15,5 %
Klarna	7,7 %
Stripe	2,4 %

Welche Bewertungs-Tools setzen Werkzeug-Shops ein?

19,3 % aller Werkzeug-Shops nutzen ein erkennbares Bewertungs-Tool. Neben Judge.me ist Trusted Shops auffällig stark, ein klares DACH-Signal.

Bewertungs-Tool	Anteil der Werkzeug-Shops
Judge.me	7,5 %
Trusted Shops	5,4 %
Trustpilot	2,5 %
Trustindex	1,2 %
Loox	1,1 %

19,3 % der Werkzeug-Shops nutzen mindestens ein erkennbares Bewertungs-Tool.

Womit betreiben Werkzeug-Shops E-Mail-Marketing?

Die Marketing-Adoption ist niedriger als in DTC-Branchen: Nur 17,4 % der Shops nutzen ein Tool. Werkzeuge werden stark über Suche und konkreten Bedarf gekauft, weniger über Newsletter. Klaviyo und Mailchimp liegen gleichauf.

Marketing-Tool	Anteil der Werkzeug-Shops
Klaviyo	6,0 %
Mailchimp	5,9 %
PushOwl	2,0 %
Sendinblue (Brevo)	1,2 %
HubSpot	1,1 %

17,4 % der Werkzeug-Shops nutzen mindestens ein Marketing-Automation-Tool.

Wie kommunizieren Werkzeug-Shops mit Kunden?

20,8 % der Werkzeug-Shops nutzen ein Chat- oder Support-Tool, allen voran WhatsApp Business, passend zu beratungsintensiven Produkt- und Anwendungsfragen.

Chat-/Support-Tool	Anteil der Werkzeug-Shops
WhatsApp Business Chat	16,0 %
Zendesk	1,2 %
Facebook Chat Plugin	1,1 %
Tawk.to	0,8 %

20,8 % der Werkzeug-Shops nutzen mindestens ein Live-Chat- oder Support-Tool.

Was das für deinen Shop bedeutet

Die Werkzeug-Branche ist gemischt aufgestellt: Shopify führt knapp mit 30,6 %, aber WooCommerce, Shopware und JTL bilden zusammen einen großen self-hosted Bestand, gerade im DACH-Raum. Das ist ein breiter, heterogener Migrations-Pool.

Der Stack ist bedarfs- und suchgetrieben: PayPal klar vor Apple Pay, niedrige Marketing-Adoption, dafür DACH-typische Trust-Signale wie Trusted Shops. Kunden suchen gezielt nach dem passenden Werkzeug statt über Newsletter zu kaufen.

Für eine Migration ist Shopify dort attraktiv, wo ein Werkzeug-Händler sein Geschäft professionalisieren und mobil-optimieren will. Die entscheidende Anforderung ist eine saubere Katalog- und Suchstruktur für viele Varianten und Ersatzteile.

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 Werkzeug-Shops über die Shop-Beschreibung (OpenGraph- und Twitter-Metadaten) klassifiziert, beschränkt auf Shops mit eindeutigen Produkt-Signalen (z. B. Werkzeug, Elektrowerkzeug, Bohrmaschine, power tools, Baumarkt) und unter Ausschluss von Werkstätten und Dienstleistern. Eine manuelle Stichprobenprüfung ergab rund 80 % Treffergenauigkeit. Alle Prozentwerte beziehen sich auf die 2.744 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