

Shopware 5 zu Shopify Plus: Migration ist mehr als ein Replatforming

25.08.2026, 18:24 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *NICCOS*



Der Wechsel von Shopware 5 zu Shopify Plus ist weit mehr als ein technischer Plattformwechsel – und genau hier liegt nach Erfahrung der Shopify-Plus-Beratung NICCOS das größte Projektrisiko. Eine erfolgreiche Shopware zu Shopify Migration erfordert, dass Händler nicht nur Produkte und Kundendaten übertragen, sondern Geschäftsprozesse, Integrationen, SEO, Tracking und die künftige Commerce-Architektur von Grund auf neu denken. Ein häufiger Fehler besteht darin, das Projekt primär als Datenexport und Frontend-Relaunch zu betrachten. In der Praxis entscheidet jedoch vor allem die Architektur darüber, ob der neue Shop langfristig wartbar, skalierbar und effizient betrieben werden kann.

1. Architektur vor Frontend: Erst die Geschäftslogik, dann das Design

Bei einer Migration sollte die Frage nach dem neuen Theme nicht am Anfang stehen. Zuerst muss geklärt werden, wie der zukünftige Commerce-Prozess funktionieren soll.

Dazu gehören insbesondere:

- **Kunden- und Preismodelle:** Handelt es sich um ein D2C-, B2B- oder hybrides Geschäftsmodell? Gibt es individuelle Preislisten, Rollen oder Zahlungsbedingungen?
- **Daten und ERP:** Welche Systeme sind für Produkte, Kunden, Preise, Bestände und Aufträge verantwortlich?
- **Märkte und Länder:** Welche Anforderungen bestehen bei Sprachen, Währungen, Steuern, Versand, Sortimenten und Verfügbarkeiten?
- **Checkout und Prozesse:** Welche Abläufe müssen im neuen System abgebildet werden?
- **Integrationen:** Welche Funktionen übernimmt Shopify Plus selbst, welche werden über Apps oder bestehende Systeme abgebildet?

Erst wenn diese Fragen beantwortet sind, sollte die konkrete Umsetzung von Theme, Apps und individuellen Entwicklungen beginnen.

Das Ziel sollte dabei nicht sein, möglichst viel aus dem bestehenden Shop nachzubauen. Entscheidend ist vielmehr, ein sauberes Zielmodell zu entwickeln und anschließend zu prüfen, welche Funktionen standardmäßig konfiguriert, integriert

oder tatsächlich individuell entwickelt werden müssen.

2. B2B im Enterprise-Setup: Mehr als Kundengruppen und Rabattcodes

Gerade bei gewachsenen Shopware-5-Systemen sind B2B-Prozesse häufig eng mit dem bestehenden Datenmodell verbunden. Eine Migration auf Shopify Plus sollte deshalb nicht versuchen, komplexe Händlerstrukturen lediglich mit klassischen Rabattmechanismen abzubilden.

Shopify Plus bietet mit **Companies** und **Company Locations** Strukturen, mit denen Geschäftskunden und unterschiedliche Standorte abgebildet werden können. Hinzu kommen unter anderem kundenspezifische Kataloge, Preislogiken, Zahlungsbedingungen und Rollenrechte.

Welche Struktur sinnvoll ist, hängt allerdings vom jeweiligen Geschäftsmodell ab. Ein Händler mit individuellen Preislisten und mehreren Standorten benötigt ein anderes Modell als eine D2C-Marke mit gelegentlichen Geschäftskunden.

Deshalb müssen B2B-Anforderungen bereits im Datenmodell und in der Zielarchitektur berücksichtigt werden. Andernfalls können später Konflikte zwischen Shop, Checkout, ERP, Auftragsabwicklung und Buchhaltung entstehen.

3. SEO und Tracking gehören in den Migrationsplan

Ein Plattformwechsel verändert häufig URL-Strukturen, Kategorien, Produktseiten und andere Bestandteile des Shops. Deshalb darf SEO nicht erst kurz vor dem Go-live betrachtet werden.

Ein wichtiger Bestandteil ist ein vollständiges **URL- und Redirect-Mapping**. Historische Produkt-, Kategorie- und Content-URLs müssen analysiert und relevante URLs über 301-Weiterleitungen auf die passende neue Struktur geführt werden.

Besonders wichtig sind dabei Seiten mit hoher organischer Sichtbarkeit, Umsatzrelevanz oder bestehender Linkhistorie. Fehlerhafte oder fehlende Weiterleitungen können nach dem Relaunch zu 404-Fehlern und damit zu vermeidbaren Sichtbarkeits- und Umsatzverlusten führen.

Auch strukturierte Produktdaten gehören in die Planung. Produktinformationen wie Preise, Verfügbarkeiten, Varianten und weitere relevante Attribute sollten im neuen System sauber strukturiert sein. Das ist nicht nur für klassische Suchmaschinen relevant, sondern auch für Produktdarstellungen und KI-gestützte Systeme.

Dasselbe gilt für das Tracking. Analytics-Events und Consent-Logik sollten nicht nachträglich ergänzt werden. Stattdessen sollte bereits vor dem Launch feststehen, welche Nutzerinteraktionen und Conversion-Schritte gemessen werden müssen.

4. Datenmigration: Nicht alles muss zwangsläufig mit

Eine Migration bietet gleichzeitig die Möglichkeit, die bestehende Datenbasis kritisch zu prüfen.

Produkte, Varianten, Kategorien, Medien, Kundendaten, Bestellungen, Preislisten, Gutscheine und weitere Informationen müssen zunächst analysiert und einem klaren Zielmodell zugeordnet werden.

Dabei gilt nicht automatisch:

Alles, was im alten Shop existiert, muss auch in Shopify Plus landen.

Historische Bestellungen, inaktive Produkte oder alte Varianten können beispielsweise eine andere operative Bedeutung haben als aktuelle Produkt- und Kundendaten. Deshalb sollte vor der Migration definiert werden, welche Informationen im neuen Shop benötigt werden, welche im ERP oder Archiv verbleiben und welche Daten nicht mehr übernommen

werden müssen.

Die Qualität des Mappings ist dabei wichtiger als eine möglichst vollständige Kopie des alten Systems.

5. Internationalisierung ist eine Architekturfrage

Bei wachsenden Unternehmen kommt häufig noch eine weitere Ebene hinzu: mehrere Märkte.

Internationalisierung bedeutet nicht lediglich, einen Shop zu übersetzen. Je nach Geschäftsmodell müssen unter anderem Länder, Währungen, Steuern, Versand, Domains, Sortimente, Produktverfügbarkeiten und operative Prozesse berücksichtigt werden.

Deshalb sollte die Marktstruktur bereits bei der Planung der Shopify-Plus-Architektur berücksichtigt werden.

Besonders bei D2C/B2B-Hybriden wird diese Frage relevant: Gemeinsame Produktstammdaten können sinnvoll sein, während Preise, Kundenzugänge, Checkout und operative Prozesse unterschiedlich funktionieren.

6. Der eigentliche Migrationsprozess beginnt mit einem Audit

Ein sauberer Wechsel von Shopware 5 zu Shopify Plus lässt sich vereinfacht in mehrere Phasen unterteilen:

1. **Audit:** Bestehende Daten, Erweiterungen, Templates, URLs, SEO, Tracking, ERP, Zahlungs- und Versandprozesse analysieren.
2. **Blueprint:** Zielarchitektur, Geschäftsprozesse, Integrationen und Märkte definieren.
3. **Datenmapping:** Produkte, Varianten, Kategorien, Kunden, Bestellungen und URLs strukturieren.
4. **Umsetzung:** Shopify Plus konfigurieren, Theme entwickeln, Apps und Integrationen einrichten.
5. **SEO und Tracking:** Redirects, strukturierte Daten, Analytics und Consent prüfen.
6. **Testing und Go-live:** Bestellungen, ERP-Prozesse, Lager, Versand, Zahlungen und internationale Abläufe testen.

Diese Reihenfolge ist entscheidend. Wer mit Design und Feature-Wünschen beginnt und Datenmodell, ERP oder SEO erst später betrachtet, verschiebt die eigentlichen Risiken lediglich in eine spätere Projektphase.

Fazit: Shopware 5 zu Shopify Plus ist eine Architekturentscheidung

Eine erfolgreiche Migration von Shopware 5 zu Shopify Plus besteht nicht darin, den bestehenden Shop möglichst exakt nachzubauen.

Sie bietet vielmehr die Möglichkeit, technische Altlasten zu reduzieren, Prozesse neu zu strukturieren und eine Commerce-Architektur zu schaffen, die zukünftiges Wachstum unterstützt.

Entscheidend ist deshalb, vor dem eigentlichen Relaunch Klarheit über Daten, Geschäftsprozesse, Integrationen, B2B-Anforderungen, Internationalisierung, SEO und Tracking zu schaffen.

Wer diese Punkte frühzeitig in einem strukturierten Migrations-Blueprint zusammenführt, kann Projektrisiken reduzieren und vermeiden, dass zentrale Probleme erst während der Umsetzung oder nach dem Go-live sichtbar werden.

Ein Shopware-5-Wechsel zu Shopify Plus ist damit weniger ein simples Replatforming als vielmehr die Gelegenheit, das technische und operative Fundament des E-Commerce neu aufzustellen.

Über den Autor

Niclas Eckert

Gründer von NICCOS & technischer Shopify-Berater

Niclas Eckert arbeitet seit acht Jahren mit Shopify und bringt eine stark technische Gründerperspektive in komplexe E-Commerce-Projekte ein. Bereits mit 16 Jahren baute er seinen ersten eigenen Online-Shop auf. Heute begleitet er mit NICCOS Unternehmen bei Shopify-Plus-Projekten, Migrationen und der Entwicklung skalierbarer Commerce-Architekturen.

8 Jahre Shopify-Erfahrung · 600+ E-Commerce-Projekte · 150+ Projekte mit NICCOS

NICCOS GmbH

Ida-Frank-Straße 4
79206 Breisach am Rhein
Deutschland

Niclas Eckert (Founder)

+49 173 2634188

kontakt@niccos.com

www.niccos.com

Portrait

Die NICCOS GmbH ist eine E-Commerce-Agentur aus Freiburg und als offiziell zertifizierter Shopify Plus Partner auf die Migration von Online-Shops spezialisiert. Unsere Kernkompetenz ist der schnelle, reibungslose Umzug bestehender Shops von Plattformen wie Shopware, Magento, WooCommerce oder OXID zu Shopify Plus. Für wachsende Marken schaffen wir maximale Performance, reduzierte operative Komplexität und verlässliche Skalierbarkeit.

Ergänzend zur Migration umfasst unser Leistungsspektrum maßgeschneiderte Theme-Entwicklung, UX/UI-Design, Conversion-Rate-Optimierung (CRO), Tracking-Setups sowie Systemintegrationen (ERP, PIM, OMS, CRM). NICCOS blickt auf über 150 umgesetzte Projekte und die Betreuung von Marken mit mehr als 950 Mio. € GMV zurück – seit 2019.

Pressekontakt

NICCOS
Ida-Frank-Straße 4
79206 Breisach am Rhein
Deutschland

Niclas Eckert (Founder)

+49 173 2634188

kontakt@niccos.com

www.niccos.com

News-ID: 1321452 • Views: 114 (Stand: 13.09.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1321452/Shopware-5-zu-Shopify-Plus-Migration-ist-mehr-als-ein-Replatforming.html>