Aktie des Monats November · Shopify

Shopify

Wachstum vor dem Weihnachtsgeschäft
Wie viel Zukunft steckt schon im Kurs?

Basisdaten	Shopify Inc.
Ticker / ISIN	SHOP / CA82509L1076
Branche / Börse	E-Commerce-Software und Zahlungsdienste / NASDAQ und TSX
Schlusskurs 30.10.2026	NASDAQ 157,49 USD / TSX 220,37 CAD
Technische Marken im TSX-Chart	200,12 / 221,29 CAD · Hochzone 250–255 CAD

Überblick

Shopify stellt die technische Infrastruktur bereit, mit der Händler online und im Laden verkaufen können. Das Unternehmen verdient nicht nur an den monatlichen Software-Abos. Wenn ein Händler mehr verkauft, verdient Shopify zusätzlich an Zahlungen, Versand, Finanzierung, Kassenlösungen und weiteren Diensten. Genau diese Kombination macht die Aktie interessant – sie macht die Bewertung aber auch anspruchsvoll. [1, 3]

Im zweiten Quartal 2026 wuchs der Umsatz um 34 % auf 3,583 Mrd. USD. Das Bruttowarenvolumen der Händler stieg um 32 % auf 115,6 Mrd. USD. Shopify erzielte außerdem 654 Mio. USD freien Cashflow. Für das vierte Quartal ist das Weihnachtsgeschäft besonders wichtig. Die nächsten Zahlen am 3. November zeigen, ob die hohe Erwartung an das Wachstum noch getragen wird. [2, 3]

Meine Leitfrage lautet: Kann Shopify aus zusätzlichem Händlerumsatz dauerhaft mehr Cashflow machen, ohne dass die Aktie bereits zu viel Zukunft vorwegnimmt? Im Chart beobachte ich eine mögliche Stabilisierung zwischen rund 200 und 221 CAD. Die Unternehmenszahlen und die Bewertung werden weiterhin in USD angegeben; die technische Analyse bezieht sich auf die TSX-Notierung in CAD.

Unternehmensprofil

Aus einem eigenen Snowboard-Shop entwickelte Tobias Lütke die Software für andere Händler. Die Shopify-Plattform startete 2006; die Gesellschaft wurde bereits 2004 gegründet. Heute erreicht das Unternehmen aus Ottawa Millionen Händler in über 175 Ländern. Rund 7.600 Beschäftigte und mehr als 21.000 Apps zeigen die Größe des Netzwerks. [1, 4, 6]

Basisdaten

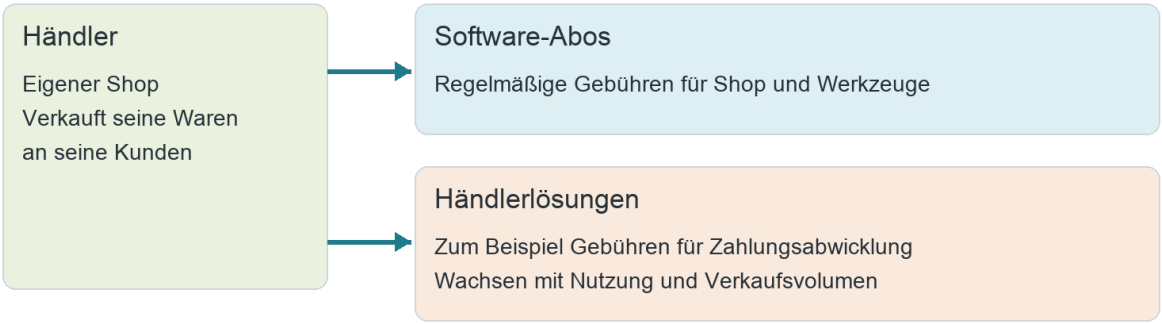
Merkmal	Stand und Einordnung
Unternehmen	Shopify Inc.
Gründung	Gesellschaft 2004 · Plattformstart 2006
Hauptsitz	Ottawa, Ontario, Kanada
Reichweite	Millionen Händler in mehr als 175 Ländern
Mitarbeiter	Rund 7.600 zum 31.12.2025
Ticker / ISIN	SHOP / CA82509L1076

Produkte und Services

Ein Beispiel: Eine Modemarke baut mit Shopify ihren Shop auf und verwaltet dort Warenbestand und Bestellungen. Shopify Payments wickelt die Bezahlung ab. Shop Pay speichert Kundendaten für einen schnelleren Kaufabschluss. POS ist das Kassensystem für den Laden; Shopify Plus richtet sich an größere Händler. Sidekick ist ein KI-Assistent, der bei Aufgaben im Shop hilft. So werden aus einzelnen Werkzeugen zusammenhängende Abläufe. [1, 3, 7]

Geschäftsmodell

Shopify verdient auf zwei Wegen. Die Software-Abos bringen regelmäßige Einnahmen. Daneben zahlt der Händler für weitere Leistungen, etwa die Abwicklung seiner Zahlungen. Diese heißen im Bericht „Merchant Solutions“, hier Händlerlösungen. Im zweiten Quartal kamen 802 Mio. USD aus Abos und 2,781 Mrd. USD aus Händlerlösungen. Shopify wird damit stärker am Verkaufserfolg seiner Händler beteiligt. [2, 3]



Shopify verdient an Abos und Zusatzdiensten – der Warenumsatz gehört den Händlern.

Schaubild 1 Wie Shopify am Händlergeschäft verdient · eigene Darstellung nach [1–4]

GMV bedeutet Bruttowarenvolumen: der Wert der über Shopify abgewickelten Bestellungen, einschließlich bestimmter Nebenkosten und Steuern, abzüglich Erstattungen. Es gehört den Händlern und ist nicht Shopifys eigener Umsatz. Wichtig ist, wie viel Shopify daraus verdient. Zahlungsgebühren bringen zwar Umsatz, verursachen aber auch Kosten bei Banken und Zahlungsnetzwerken. [2, 3]

Markt und Wettbewerb

Shopify konkurriert mit WooCommerce, Wix, BigCommerce und Adobe Commerce. Gleichzeitig konkurriert das Unternehmen indirekt mit Marktplätzen wie Amazon. Der Unterschied: Shopify hilft Händlern, eine eigene Marke und einen eigenen Verkaufskanal aufzubauen. Marktplätze liefern dagegen vor allem Reichweite innerhalb ihrer eigenen Plattform. Viele Händler können beide Wege gleichzeitig nutzen. [4]

Aktuelle Entwicklung

Im ersten Halbjahr stieg der Umsatz um 34 % auf 6,753 Mrd. USD. Shopify Payments wickelte im zweiten Quartal 68 % des GMV ab, gegenüber 64 % im Vorjahr. Das bedeutet: Ein größerer Anteil der Händlerverkäufe läuft auch durch Shopifys Zahlungsdienst. Für Q3 erwartet das Unternehmen erneut rund 30 % Umsatzwachstum; der angekündigte Ergebnistermin ist der 3. November. [2, 3, 5]

Wettbewerbsvorteile

Der größte Vorteil ist das Ökosystem. Ein Händler bekommt nicht nur eine Shop-Seite, sondern viele miteinander verbundene Werkzeuge. Dadurch kann Shopify mit dem Händler wachsen: vom kleinen Online-Shop bis zum größeren Unternehmen mit mehreren Ländern, Filialen und individuellen Anforderungen. [1, 3]

Hinzu kommen die Zahlungsdaten, die Bekanntheit der Marke und das Partnernetzwerk. Je mehr Händler und Apps auf der Plattform aktiv sind, desto schwerer wird es, ein vergleichbares Gesamtpaket aufzubauen. Der Vorteil ist aber kein Burggraben ohne Risiko: Händler können wechseln, und Amazon bleibt für viele Produkte ein starker zusätzlicher Vertriebskanal. [1, 4]

Finanzkennzahlen

Q2 bezeichnet April bis Juni, H1 das erste Halbjahr. Alle Geldwerte in der Tabelle stehen in US-Dollar; die Veränderungen beziehen sich auf das Vorjahr. Der operative Gewinn zeigt das Ergebnis des laufenden Geschäfts vor Zinsen und Steuern. [2, 3]

Kennzahl	Q2 2026	H1 2026
Konzernumsatz	3,583 Mrd. (+34 %)	6,753 Mrd. (+34 %)
Bruttogewinn	1,708 Mrd. (+31 %)	3,254 Mrd. (+32 %)
Operativer Gewinn	488 Mio. (+68 %)	870 Mio. (+76 %)
Nettogewinn GAAP	1,502 Mrd. (+66 %)	921 Mio. (+311 %*)
GMV	115,6 Mrd. (+32 %)	216,3 Mrd. (+33 %)
Free Cashflow	654 Mio. · 18 % Marge	1,130 Mrd. · 16,7 % Marge[1]

*GAAP bezeichnet die US-Rechnungslegung. Beteiligungsgewinne verzerren den Nettogewinn: Ohne deren Einfluss meldete Shopify für Q2 439 Mio. USD statt 1,502 Mrd. USD. Freier Cashflow ist der Geldzufluss aus dem Geschäft nach Sachinvestitionen; er folgt einer ergänzenden Unternehmensdefinition. [2, 3] [1]Eigene Berechnung für H1: 1.139 Mio. operativer Geldzufluss minus 9 Mio. Sachinvestitionen. Die Auszahlungen für Händlerkredite stehen im Investitionsbereich und sind darin nicht abgezogen. [3]

Finanzielle Ausgangsbasis

Zum 30. Juni verfügte Shopify über 4,947 Mrd. USD an Zahlungsmitteln und kurzfristig handelbaren Wertpapieren. Das schafft Spielraum für Produktentwicklung und Rückkäufe eigener Aktien. Im Gegenzug zahlt Shopify keine Dividende. Für Anleger muss der Ertrag daher vor allem aus einem steigenden Unternehmenswert kommen. [3, 4]

Chancen

Im Weihnachtsgeschäft wickeln Händler gewöhnlich mehr Bestellungen ab. Davon können Shopifys Zahlungs- und Zusatzdienste profitieren. Daraus folgt aber keine sichere Jahresendrally der Aktie: Das Geschäft kann saisonal stark sein und der Kurs trotzdem fallen, wenn Anleger noch bessere Ergebnisse erwartet haben. [3, 4]

Mehr Händler könnten Shopify Payments nutzen oder zusätzliche Leistungen buchen. Ein Händler, der zunächst nur ein Abo zahlt und später auch Zahlungen oder Ladengeschäfte über Shopify abwickelt, bringt mehr Umsatz. Entscheidend bleibt, wie viel nach den zusätzlichen Kosten übrig bleibt. [2, 3]

Auch größere Händler, neue Länder und KI-Werkzeuge bieten Chancen. Sidekick kann etwa Aufgaben im Shop erleichtern; ein wirtschaftlicher Vorteil entsteht für Shopify erst, wenn Händler deshalb bleiben, mehr verkaufen oder zusätzliche Leistungen buchen. Einen festen Gewinnbeitrag dieser Werkzeuge leite ich aus den bisherigen Angaben nicht ab. [1, 3, 7]

Risiken

Die Bewertung lässt wenig Platz für Enttäuschungen. Das Kurs-Gewinn-Verhältnis (KGV) setzt den Aktienkurs zum Gewinn je Aktie ins Verhältnis. Es lag zuletzt bei etwa 106; auf Basis geschätzter künftiger Gewinne bei rund 75. Schätzungen können zu hoch sein. Zudem beeinflussen Beteiligungsgewinne das historische KGV. Für eine faire Einordnung gehört deshalb auch der freie Cashflow dazu. [3, 6]

Zweitens ist der margenärmere Bereich der Händlerlösungen inzwischen der größere Teil des Geschäfts. Im zweiten Quartal entfielen rund 78 % des Umsatzes darauf. Außerdem stiegen Transaktions- und Kreditausfälle auf 141 Mio. USD, 76 % mehr als im Vorjahresquartal. Mehr Zahlungs- und Kreditvolumen bringt also nicht nur Chancen, sondern auch echte Kosten. [3]

Weitere Risiken sind schwächerer Konsum, die Abhängigkeit vom Erfolg der Händler, Konkurrenz durch Amazon und andere Plattformen, Cyberangriffe sowie Währungseffekte. Der hohe Nettogewinn sollte zudem nicht mit dem operativen Gewinn verwechselt werden, weil Beteiligungsgewinne die Zahl stark beeinflusst haben. [3, 4]

Bewertung

Bei rund 203 Mrd. USD Börsenwert und einer freien Cashflow-Rendite von etwa 1,16 % bezahlen Anleger ungefähr das 86-Fache des zuletzt erwirtschafteten freien Cashflows. Die Rendite setzt diesen Geldzufluss zum Börsenwert ins Verhältnis. Das ist teuer und erklärt, weshalb ein starkes Unternehmen trotzdem eine riskante Aktie sein kann. [6]

Ein einfaches Rechenbeispiel zeigt die Fallhöhe: Steigt der Cashflow um 25 %, während Anleger künftig nur noch das 60-Fache statt das 86-Fache bezahlen, sinkt der rechnerische Börsenwert um etwa 13 %. Das ist keine Prognose, sondern zeigt den Einfluss einer niedrigeren Bewertung. Für mich muss Shopify daher Wachstum und Ertragskraft bestätigen; gute Umsatzzahlen allein reichen nicht.

#tradehorizonx



Shopify · TSX · Tageschart in CAD · meine Markierungen und Szenariopfad · TradingView · 01.11.2026 [9]

Technische Analyse

Shopify hat sich seit dem Tief von 2022 deutlich erholt. Zuletzt erreichte die Aktie erneut die Hochzone um 250–255 CAD, konnte sich darüber aber nicht behaupten. Der Rücksetzer auf 220,37 CAD zeigt kurzfristig nachlassende Stärke. Die rote 200-Tage-EMA, ein gleitender Durchschnitt mit stärkerem Gewicht auf jüngeren Kursen, steigt wieder und liegt bei 191,61 CAD. Darüber bleibt das mittelfristige Bild grundsätzlich konstruktiv. Die gelbe Linie verbindet mehrere steigende Tiefbereiche seit 2022 und dient als grobe langfristige Orientierung. [9]

Die Marke bei 221,29 CAD liegt am früheren Hochbereich von 2021 und an jüngeren Kursreaktionen. Der aktuelle Schlusskurs liegt knapp darunter; eine bestätigte Unterstützung ist das noch nicht. Darunter beobachte ich zunächst die horizontale Marke bei 200,12 CAD. Zusammen mit der EMA ergibt sich eine größere Auffangzone um 190–200 CAD. Die eingezeichneten Linien sind Orientierungspunkte, keine auf den Cent verlässlichen Grenzen. [9]

Mein türkisfarbener Pfad zeigt ein mögliches Szenario: zunächst ein Rücklauf in die Nähe von 200 CAD, eine Erholung in Richtung 220–221 CAD und gegebenenfalls ein weiterer Test des unteren Bereichs. Hält diese Stabilisierung und wird 221 CAD anschließend zurückerobert, wäre ein neuer Anlauf auf 250–255 CAD denkbar. Dazwischen liegt mit etwa 235–240 CAD eine weitere Hürde. Der Pfad legt weder Zeitpunkt noch tatsächlichen Verlauf fest; die gezeichnete W-Form ist noch keine bestätigte Bodenbildung. [9]

Entscheidend ist, ob Käufer die Zone um 200 CAD verteidigen und die Aktie anschließend wieder höhere Tiefs und Hochs bildet. Bleibt sie unter 200 CAD und scheitert die Rückeroberung, wird das Szenario schwächer. Ein nachhaltiger Bruch der gesamten Zone 190–200 CAD samt EMA würde auch das mittelfristige Bild belasten; dann rückt 170–180 CAD in den Blick. Ich warte deshalb auf Bestätigung, bevor ich aus dem Rücksetzer eine Einstiegschance ableite. [9]

Fazit

Ich finde Shopify als Wachstumsunternehmen spannend, weil sich das Geschäftsmodell gut erklären lässt: Händler zahlen für die Plattform, und Shopify verdient zusätzlich an einem Teil ihrer Verkäufe. Die aktuellen Zahlen sind stark. Gleichzeitig ist die Aktie so hoch bewertet, dass starkes Wachstum allein nicht genügt. Das Wachstum muss auch in höheren und verlässlicheren Cashflow übersetzt werden.

Fazit und Beobachtungspunkte

Für November passt Shopify zum Thema Wachstum und Weihnachtsgeschäft. Vor einer Entscheidung sind die Q3-Zahlen am 3. November besonders wichtig. Ich prüfe, ob Umsatz und Bruttogewinn weiter wachsen, wie viel Geld tatsächlich übrig bleibt und ob die Transaktions- und Kreditverluste beherrschbar bleiben. [3, 5]

Technisch beobachte ich im TSX-Chart die Marken 200,12 und 221,29 CAD sowie die Hochzone um 250–255 CAD. Mein Szenario setzt eine Stabilisierung oberhalb der größeren Auffangzone 190–200 CAD und anschließend eine Rückeroberung von 221 CAD voraus. Der eingezeichnete Pfad ist eine Möglichkeit, keine Kursprognose. Für einen Einstieg möchte ich bestätigtes Wachstum und einen stabileren Kursverlauf zusammen sehen. [9]

Mein Fazit: Das Wachstum ist überzeugend, der Preis der Aktie bleibt anspruchsvoll. Ich würde die Q3-Zahlen und eine Stabilisierung des Kurses abwarten. Erst wenn Geschäftsentwicklung, Bewertung und Chart zusammenpassen, wird aus einer interessanten Firma für mich auch eine interessante Einstiegsmöglichkeit.

Quellenstand

Stand der Recherche: 01.11.2026 · Kurse: 30.10.2026 · Unternehmenszahlen/Bewertung in USD · Chart und technische Kursmarken in CAD

[1] Shopify Inc., About us · Website: shopify.com · abgerufen am 01.11.2026
[2] Shopify, Shopify Delivers Big: Q2 2026 Financial Results · shopify.com/news/shopify-q2-2026-financial-results · 05.08.2026
[3] Shopify Inc., Form 10-Q zum 30.06.2026 · Website: sec.gov · Stand 30.06.2026
[4] Shopify Inc., Annual Report 2025 / Form 10-K · Website: sec.gov · Geschäftsjahr 2025
[5] Shopify Inc., Investor Events · Website: shopify.com/investors · Q3 2026 am 03.11.2026
[6] StockAnalysis, historische Kurse und Bewertungsdaten zu SHOP · Website: stockanalysis.com · geprüft am 01.11.2026
[7] Shopify, Sidekick und Produkte · shopify.com/sidekick · abgerufen 01.11.2026
[8] Shopify, Using our brand · shopify.com/brand-assets · Original-Logo · abgerufen 01.11.2026

[9] Eigener TradingView-Chart, TSX:SHOP, 1 Tag, EMA 200 · Website: tradingview.com · Export 01.11.2026, 19:24 MEZ · Markierungen und Pfad: eigene Darstellung

Hinweis: Diese Ausarbeitung dient der Information und stellt keine Anlageberatung oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren dar. Kurse, Kennzahlen und Einschätzungen können sich ändern. Eigene Recherche und eine passende Risikoprüfung bleiben erforderlich.