



Dropshipping: Goldgrube oder Geldfalle?

Webinar | 4. Juni 2025 | Kampagne „Erfolgreich handeln“

Agenda

- 1 Kampagne „Erfolgreich handeln“
- 2 Grundlagen des Dropshipping-Modells
- 3 Wirtschaftlichkeit von Dropshipping
- 4 Herausforderungen und Risiken
- 5 Erfolgsfaktoren
- 6 Fazit



1 Kampagne „Erfolgreich handeln“

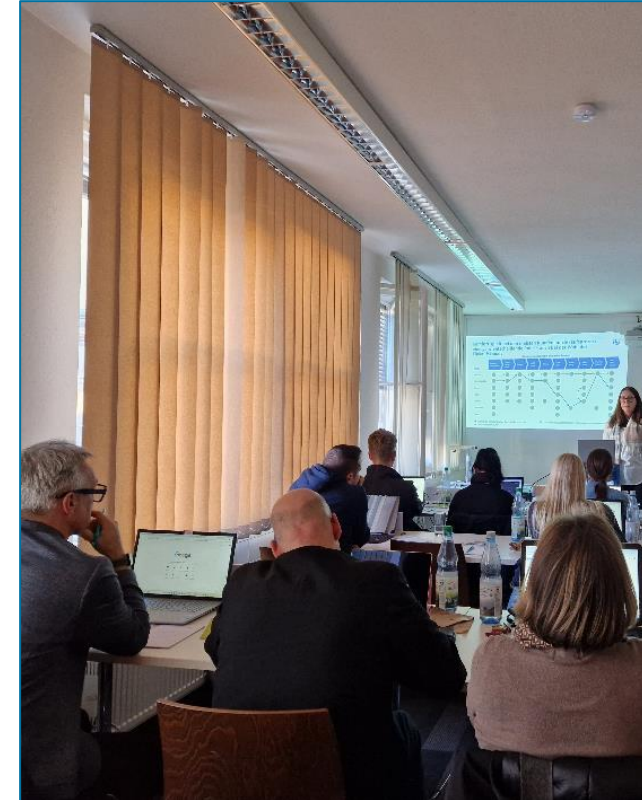
Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel. Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen. Die Kampagne „Erfolgreich handeln“ **des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie** hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: bis Dezember 2028

www.erfolgreich-handeln.bayern



Unser Bildungsangebot für Sie!

Unsere Formate



Workshops



Webinare



Infoblätter

Unser Auftritt



Website



Newsletter



Mediathek

Unsere Themen

- E-Commerce
- Digitale Prozesse
- Nachhaltigkeit
- Digitale Sichtbarkeit
- Neue Geschäftsmodelle
- Soziale Medien
- IT-Sicherheit
- Bezahlverfahren
- ... und viele weitere



② Grundlagen des Dropshipping-Modells

Was ist Dropshipping?

- Geschäftsmodell im E-Commerce, bei dem ein Händler Produkte in einem Online-Shop verkauft, ohne diese selbst zu lagern oder zu versenden. Stattdessen übernimmt ein Lieferant (z. B. Großhändler oder Hersteller) die Lagerung, den Versand und oft auch die Produktion.
- Gewinn = Differenz aus Einkaufs- und Verkaufspreis



Üblicher Prozess:

- Der Kunde bestellt im Online-Shop, der Produkte listet, die der Händler gar nicht physisch besitzt.
- Der Händler leitet die Bestellung an den Lieferanten (oft in China) weiter.
- Der Lieferant versendet die Ware direkt an den Kunden – ohne Umweg über den Händler.

Unterschiede zu traditionellen Einzelhandelsmodellen

Aspekt	Traditioneller Einzelhandel	Dropshipping
Kapitalbedarf	Hoch	Niedrig
Lagerrisiko	Hoch	Minimal
Sortimentsvielfalt	Begrenzt	Potenziell unbegrenzt
Kontrolle über Lieferkette	Hoch	Gering
Margen	Höher	Tendenziell niedriger
Skalierbarkeit	Begrenzt	Hoch

Unterschied zu FBA (Fulfillment by Amazon)

Merkmal	Dropshipping	Amazon FBA
Lagerung	Beim Lieferanten	Im Amazon-Lager
Versand	Lieferant schickt an Kunde	Amazon schickt an Kunde
Startkosten	Gering, da kein Lager nötig	Hoch, da Produkte vorfinanziert werden müssen
Lieferzeit	Lang (oft aus China)	Kurz (Prime-Versand)
Kundensupport	Eigenverantwortlich	Amazon übernimmt Support
Gewinnmarge	Gering bis mittel	Mittel bis hoch
Markenaufbau	Möglich, aber schwer	Besser, durch Amazon-Ranking

Chancen und Herausforderungen im Dropshipping

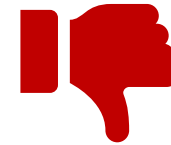
Vorteile

- Kein Lagerbestand erforderlich
- Geringe Anfangsinvestition
- Skalierbarkeit des Geschäfts
- Flexibilität im Produktangebot



Nachteile

- Geringe Margen
- Abhängigkeit vom Lieferanten
- Längere Lieferzeiten
- Komplexe steuerliche Verpflichtungen
- Hoher Wettbewerb



Dropshipping benötigt weniger Kapital, birgt jedoch höhere Risiken bei Kundenservice und Lieferqualität im Vergleich zum klassischen Handel.



③ Wirtschaftlichkeit von Dropshipping

Kostenstruktur im Vergleich zum klassischen Einzelhandel

- Dropshipping-Kosten:
 - Plattform-/Shop-Gebühren
 - Marketing- und Akquisekosten
 - Zahlungsabwicklungsgebühren
 - Kundenservice
 - Retouren und Reklamationen

- Eingesparte Kosten gegenüber klassischem Einzelhandel:
 - Lagerkosten
 - Lagerhaltungskosten
 - Versandlogistik
 - Kapitalbindung für Warenbestand

Aktuelle Marktdaten und Wachstumsprognosen

- Der globale Dropshipping-Markt wird bis 2025 voraussichtlich 372,47 Milliarden USD erreichen
- Jährliche Wachstumsrate von 23,4% (2023-2030)
- Etwa 27% der Online-Händler nutzen Dropshipping als primäres Geschäftsmodell
- Die Anzahl der Shopify-Dropshipping-Stores ist von 5,16% auf 12,82% gestiegen
- Dropshipping macht 23% aller Online-Verkäufe aus

Quelle: <https://analyzify.com/statsup/dropshipping>; <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/dropshipping-market>;
<https://www.printful.com/blog/dropshipping-statistics>; <https://www.yaguara.co/dropshipping-statistics/>

Typische Gewinnmargen und Umsatzpotenziale

- Die durchschnittliche Gewinnmarge im Dropshipping liegt bei etwa 15-25%
- Margen nach Produktkategorien:
 - Elektronik: 10-15% Marge
 - Mode: 20-30% Marge
 - Nischenprodukte: 30-40% Marge
- Umsatzpotenziale:
 - Kleine Shops: 1.000-5.000 EUR/Monat
 - Mittlere Shops: 5.000-20.000 EUR/Monat
 - Große Shops: 20.000-100.000+ EUR/Monat



Quelle: <https://www.sparkshipping.com/blog/dropshipping-margins-complete-guide>; <https://dropshipping.com/article/dropshipping-profit-margin/>;
<https://www.bluecart.com/blog/is-dropshipping-profitable>; <https://www.sparkshipping.com/blog/profitable-dropshipping-niches>;
<https://www.printful.com/blog/dropshipping-statistics>; <https://www.autods.com/blog/dropshipping-tips-strategies/average-profit-margin-for-dropshipping/>;
<https://dealavo.com/de/gewinnspanne-erhoehen/>

Erfolgsraten und statistische Daten

- Nur 10% der Dropshipper sind im ersten Jahr erfolgreich
- Lediglich 1,5% der Dropshipping-Stores erzielen monatliche Einnahmen über 50.000 USD
- Bei Amazon-Verkäufen beträgt der Anteil von Dropshipping etwa 34%
- Durchschnittliche Zeit bis zur Profitabilität: 6-12 Monate
- Hauptgründe für Misserfolg:
 - Falsche Nischenwahl
 - Unzuverlässige Lieferanten
 - Unzureichendes Marketing
 - Unrealistische Erwartungen

Quelle: <https://analyzify.com/statsup/dropshipping/>; <https://appscenic.com/blog/dropshipping-and-ecommerce-key-statistics/>;
<https://whop.com/blog/dropshipping-statistics/>; <https://www.autods.com/blog/dropshipping-tips-strategies/how-much-money-can-you-make-from-dropshipping/>

Geeignete Produkte für Dropshipping

Hoher Eignungsgrad

- Nischenprodukte mit geringer Konkurrenz
- Produkte mit hoher Marge und Alleinstellungsmerkmal
- Produkte, die sich gut emotional vermarkten lassen
- Produkte, die nicht überall erhältlich sind

Geringer Eignungsgrad

- Produkte mit hoher Rücksendequote
- Zerbrechliche oder hochwertige Produkte, die Retouren erschweren
- Produkte mit langen Lieferzeiten oder komplizierten Importbestimmungen

Auswahl des richtigen Lieferanten

Wichtige Kriterien:

- Zuverlässigkeit
- Lieferzeiten
- Produktqualität
- Preisgestaltung

Marketingstrategien für Dropshipping

- Social-Media-Ads: Facebook, Instagram und TikTok
- Suchmaschinenmarketing: Google Ads und SEO
- Influencer-Marketing und Kooperationen

Kundenservice im Dropshipping

Häufige Herausforderungen:

- Rücksendungen
- Produktmängel
- Beschwerden

Rechtliche Aspekte

Abmahnrisiken:

- Impressumspflicht
- AGBs
- Rückgaberecht
- DSGVO

Steuerliche Grundlagen im Dropshipping

- Umsatzsteuerliche Behandlung
- Unterschied zwischen bewegter und unbewegter Lieferung
- Doppelbesteuerungsrisiken

Zwei Kaufverträge im Dropshipping

- Vertrag 1: Online-Händler und Kunde
- Vertrag 2: Online-Händler und Lieferant
- Auswirkungen auf Rechnungsstellung und Buchhaltung

Steuerliche Herausforderungen bei internationalem Dropshipping

- Unterschied zwischen EU- und Drittland-Lieferanten
- Umsatzsteuerpflichten in verschiedenen Ländern
- Meldepflichten und Registrierungen

Umsatzsteuerliche Compliance-Risiken

- Unterschied zwischen bewegter und unbewegter Lieferung
- Steuerpflichten im Bestimmungsland
- Notwendigkeit steuerlicher Beratung

Problematik bei Marktplatzverkäufen

- Umsatzsteuerliche Verantwortung des Marktplatzes
- Meldepflichten für Händler
- Unterschiede zwischen eigenem Shop und Plattformen wie Amazon oder Kaufland.de

Technologische Entwicklungen, die Dropshipping beeinflussen

- KI und Automatisierung
 - Automatisierte Bestellabwicklung
 - KI-gestützte Produktbeschreibungen
 - Dynamische Preisgestaltung
- Verbesserte Logistiklösungen
 - Schnellere Lieferzeiten durch lokale Fulfillment-Center
 - Echtzeit-Tracking für Kunden
 - Optimierte Retourenabwicklung
- Neue Plattformen und Integrationen
 - Nahtlose Shop-System-Integration
 - Multi-Channel-Verkauf
 - Automatisierte Lieferantenanbindung



4 Herausforderungen und Risiken

Logistik und Lieferkettenprobleme

- Typische Herausforderungen:
 - Lange Lieferzeiten bei internationalen Lieferanten
 - Tracking-Probleme und mangelnde Transparenz
 - Saisonale Engpässe (z.B. chinesisches Neujahrsfest)•Abhängigkeit von Drittanbietern

- Strategien zur Risikominimierung:
 - Multi-Lieferanten-Strategie
 - Lokale/regionale Lieferantensuche
 - Vorlaufplanung für kritische Zeiträume
 - Klare Kommunikation der Lieferzeiten gegenüber Kunden

Qualitätskontrolle und Kundenservice

- Herausforderungen:
 - Keine direkte Qualitätskontrolle der Produkte
 - Komplexe Rückgabe- und Umtauschprozesse
 - Kundenerwartungen an schnelle Lieferung
 - Verantwortung für Produkte, die man nie gesehen hat
- Lösungsansätze:
 - Regelmäßige Testbestellungen
 - Lieferantenbewertungssystem etablieren
 - Kundenfeedback systematisch auswerten
 - Kulante Rückgabepolitik trotz komplexer Abwicklung
 - Proaktive Kommunikation bei Lieferverzögerungen

Rechtliche und steuerliche Aspekte

- Produkthaftung und Verbraucherschutz:
 - Rechtliche Verantwortung liegt beim Händler, nicht beim Lieferanten
 - Notwendige Dokumentation und Zertifikate (CE, REACH etc.)
 - Gewährleistungs- und Garantieansprüche

- Steuerliche Herausforderungen:
 - Mehrwertsteuer bei internationalen Lieferanten
 - Zoll und Einfuhrbestimmungen
 - Rechnungsstellung und Buchhaltung

- Datenschutz:
 - DSGVO-Konformität bei Datenweitergabe an Lieferanten
 - Transparente Datenschutzerklärung

Wettbewerbsdruck und Marktdifferenzierung

- Herausforderungen:
 - Hohe Marktsättigung in beliebten Nischen
 - Preisdruck durch viele Anbieter gleicher Produkte
 - Schwierigkeit, sich von Mitbewerbern abzuheben
 - Geringe Eintrittsbarrieren für neue Konkurrenten

- Strategien zur Differenzierung:
 - Nischenfokussierung auf unterversorgte Märkte
 - Mehrwertdienste und Zusatzleistungen
 - Content-Marketing und Aufbau von Expertenstatus
 - Kundenerlebnis und Markenbildung
 - Exklusive Vereinbarungen mit Lieferanten



5 Erfolgsfaktoren

Lieferantenauswahl und -bewertung

- Kriterien für die Lieferantenbewertung:
 - Produktqualität
 - Lieferzeiten und Zuverlässigkeit
 - Kommunikation und Reaktionszeit
 - Retourenabwicklung
 - Preisgestaltung und Konditionen

- Relevante Plattformen und Marktplätze:
 - AliExpress
 - Europäische/lokale Alternativen
 - Branchenspezifische Großhändler

Technische Integration und Automatisierung

- Integrationsmöglichkeiten:
 - API-Anbindungen
 - Dropshipping-spezifische Plugins
 - Automatisierungstools
- Beispiel einer typischen Integration:
 - Shopify + Oberlo/DSers für AliExpress-Produkte
 - WooCommerce + AliDropship für WordPress-Shops
 - Eigene Shop-Lösung + individuelle API-Anbindung

Marketing- und Branding-Strategien

- Erfolgreiche Marketing-Ansätze für Dropshipping:
 - Content-Marketing und SEO
 - Social-Media-Strategien (Instagram, TikTok, Pinterest)
 - Influencer-Marketing
 - E-Mail-Marketing

- Branding trotz fehlender Produktkontrolle:
 - Verpackungsoptionen (Beipackzettel, Branding-Material)
 - Kundenservice als Differenzierungsmerkmal
 - Storytelling und Markenwerte

Erfolgsfaktoren erfolgreicher Dropshipping-Händler

- Sorgfältige Lieferantenauswahl und -pflege: Regelmäßige Qualitätschecks und Aufbau persönlicher Beziehungen
- Nischenfokussierung und Spezialisierung: Aufbau von Fachkompetenz und zielgruppenspezifische Angebote
- Exzellenter Kundenservice: Transparente Kommunikation und schnelle Problemlösung
- Effiziente Prozesse und Automatisierung: Zeitersparnis durch Automatisierung und Fehlerreduktion
- Kontinuierliche Marktbeobachtung: Trend-Monitoring und Wettbewerbsanalyse
- Realistische Erwartungen: Langfristige Planung und nachhaltiges Wachstum statt schnellem Gewinn

Häufige Fehler und wie man sie vermeidet

- Unzureichende Lieferantenprüfung → Testbestellungen und schrittweise Skalierung
- Übersättigung in hochkompetitiven Nischen → Nischenrecherche und Spezialisierung
- Unrealistische Gewinnerwartungen → Detaillierte Kalkulation aller Kosten
- Vernachlässigung des Kundenservice → Kundenservice als Priorität setzen

Langfristige Strategien zur Geschäftsentwicklung

Entwicklungspfade für erfolgreiche Dropshipping-Geschäfte:

- Aufbau eigener Marken
 - Private Labeling ausgewählter Produkte
 - Entwicklung eigener Produktlinien
- Hybridmodelle
 - Kombination aus Dropshipping und eigenem Lager
 - Bestseller auf Lager, Nischenprodukte per Dropshipping
- Internationale Expansion
 - Erschließung neuer Märkte (Nicht-EU, USA)
 - Lokalisierung von Angeboten



Fazit

Fazit: Goldgrube oder Geldfalle?

Dropshipping ist **geeignet für Händler, die ...**

- ... bereit sind, viel Zeit in Marketing und Produktrecherche zu investieren
- ... eine Online-Erweiterung für ihr Geschäft suchen
- ... flexibel arbeiten und sich mit digitalen Geschäftsmodellen auskennen

Für wen ist Dropshipping **weniger geeignet für Händler, die ...**

- ... sofort hohe Gewinne erwarten
- ... wenig Zeit für Kundenservice und Optimierung haben
- ... keine Lust auf Marketing und Werbeanzeigen haben



Fragen?

Werden Sie Teil unserer WhatsApp Community!



Einladungslink: <https://bit.ly/erfolgreich-handeln>



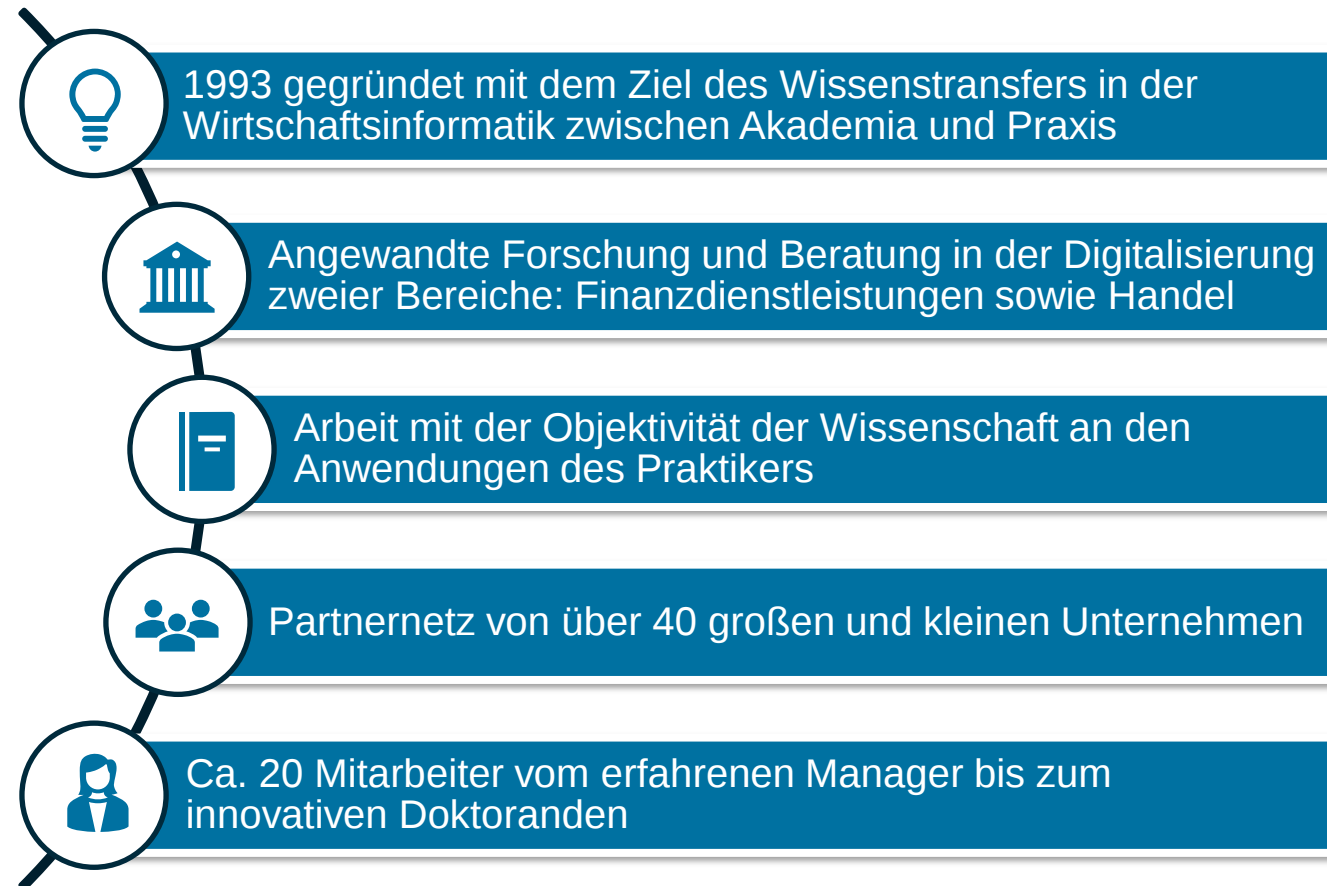
Kommende Webinare

05.06.2025	08:30 Uhr	Produktsicherheitsverordnung, Verpackungsverordnung & Co.: Welche gesetzliche Mindestanforderungen Händler kennen und praktisch umsetzen müssen
24.06.2025	08:30 Uhr	Web-Analytics mit Google Analytics, Social Insights & Co.: Wertlose Datensammlung oder Erfolgsfaktor?
25.06.2025	08:30 Uhr	Mit WhatsApp-Business erfolgreich Kundenkontakte pflegen
26.06.2025	08:30 Uhr	Google Analytics richtig nutzen: Von Standardberichten bis zur eigenen Analyse

www.erfolgreich-handeln.bayern



Über ibi research



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg



0941 788391-0



erfolgreichhandeln@ibi.de



Partner & Unterstützer





Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie
stmwi.bayern.de