

Dropshipping erklärt: So funktioniert das Modell wirklich

Von der Bestellung bis zur Lieferung - ein ehrlicher Blick auf Warenfluss, Margen und häufige Anfängerfehler

Jana Kowalski · 17.08.2026

Im März 2019 habe ich meinen ersten Shopify-Shop gelauncht. Die Vorstellung war simpel: Kunde bestellt, Lieferant versendet, ich kassiere die Differenz. Nach zwei Wochen hatte ich meine erste Bestellung. Nach zwei Monaten wusste ich, dass das Modell deutlich komplizierter ist als in den YouTube-Tutorials dargestellt.

Dropshipping wird oft als das einfachste Geschäftsmodell für Anfänger gepriesen. Keine Lagerhaltung, keine großen Investitionen, keine Logistik. Die Realität ist anders. Das Modell funktioniert - aber nicht so, wie es verkauft wird.

Wie Dropshipping funktioniert: Der Warenfluss

Dropshipping ist ein dreistufiges System. Verstehen Sie jeden Schritt, verstehen Sie, warum so viele Anfänger scheitern.

Schritt 1: Der Kunde kauft bei dir

Ein Kunde findet deinen Shop (über Google, Facebook, TikTok oder organisch). Er sieht ein Produkt - sagen wir, eine ergonomische Schreibtischlampe für 49,99 Euro - und legt es in den Warenkorb. Die Lampe kostet dich beim Lieferanten 18 Euro. Der Preis sieht attraktiv aus. Der Kunde bezahlt, dein Shopify-Shop verbucht die Zahlung auf dein Konto.

Hier passiert der erste Fehler vieler Anfänger: Sie sehen die 49,99 Euro und denken, das ist Gewinn. Nein. Das ist Umsatz. Der Gewinn kommt später - falls überhaupt.

Schritt 2: Du bestellst beim Lieferanten

Jetzt musst du die Lampe beim Lieferanten nachkaufen. Der Großhändler in China oder Europa versendet das Produkt direkt an deinen Kunden. Du zahlst die 18 Euro, die Versandkosten (2-5 Euro von Asien nach Deutschland, 0,50-2 Euro innerhalb Europas) und eventuell Zollgebühren. Aus China kommende Pakete unter 150 Euro sind zollfrei, aber dein Lieferant berechnet dir oft eine Bearbeitungsgebühr von 2-3 Euro.

Die meisten Anfänger unterschätzen die Versandkosten. Ein Paket aus Shenzhen nach Berlin dauert 15-25 Tage per Standard-Versand. Dein Kunde erwartet es in 3-5 Tagen. Das ist ein Problem.

Schritt 3: Lieferant versendet, Kunde erhält

Das Paket kommt beim Kunden an - oder auch nicht. Hier zeigen sich die echten Kosten des Dropshipping-Modells. Der Kunde öffnet das Paket und stellt fest: Das Produkt ist beschädigt, oder es entspricht nicht den Fotos, oder es funktioniert nicht.

Jetzt musst du entscheiden: Rückerstattung oder Rücksendung? Bei internationalen

Rückgaben zahlst du oft 15-25 Euro für die Rückversand-Logistik. Die Rückgabequote bei Dropshipping liegt zwischen 20 und 40 Prozent - abhängig von Produktkategorie und Lieferant. Das ist deutlich höher als bei klassischen E-Commerce-Modellen (durchschnittlich 5-15 Prozent).

Die echten Kosten: Wo das Geld wirklich hingeht

Nehmen wir ein konkretes Beispiel. Du verkaufst 100 Schreibtischlampen zu je 49,99 Euro. Das ergibt 4.999 Euro Umsatz. Wie viel behältst du?

22 Prozent Marge - das ist nicht schlecht. Aber warte: Ich habe hier ideale Bedingungen angenommen. Die Realität sieht oft anders aus.

Warum die Zahlen in der Praxis schlechter aussehen

Erstens: Nicht jede Kampagne konvertiert mit Break-even-Kosten. Wenn du 10 Euro pro Klick zahlst und die Conversion Rate 1 Prozent ist, kostet dich ein Verkauf 1.000 Euro - du machst Verlust. Realistische Anfänger-Kampagnen haben ROAS (Return on Ad Spend) von 1,5-2,5x. Das bedeutet, bei 500 Euro Werbebudget verdienst du 750-1.250 Euro Umsatz. Nach allen Kosten bleibt oft weniger als 100 Euro übrig.

Zweitens: Die Lieferantenqualität. Ich habe mit über 30 Lieferanten in China und Europa gearbeitet. Die Rückgabequoten variierten zwischen 15 und 55 Prozent. Ein schlechter Lieferant zerstört deine Margen komplett. Eine defekte Charge von 200 Lampen kostet dich 5.000 Euro Rückerstattungen, die du nicht wieder reinholen kannst.

Drittens: Saisonalität und Trends. Im Januar 2026 sind Schreibtischlampen nicht so gefragt wie im September (Back-to-School). Deine Werbekosten steigen, deine Conversion Rate sinkt. Deine Marge schrumpft auf 8-12 Prozent.

Warum Anfänger in den ersten 6 Monaten scheitern

Es gibt drei klassische Fehler, die ich bei fast jedem Anfänger sehe - auch bei mir selbst.

Fehler 1: Falsche Lieferantenwahl

Du findest einen Lieferanten auf Alibaba. Der Preis ist 20 Prozent unter der Konkurrenz. Du denkst: Jackpot. Du bestellst 500 Einheiten. Sie kommen an, und 40 Prozent sind fehlerhaft. Dein Gewinn ist weg, und du sitzt auf 300 defekten Produkten.

Gute Lieferanten zu finden dauert 2-4 Wochen. Du musst Muster anfordern, Tests machen, Rezensionen prüfen, Lieferzeiten überprüfen. Die meisten Anfänger springen diesen Schritt über.

Fehler 2: Zu breites Produktangebot

Du startest mit 50 Produkten aus 10 verschiedenen Kategorien. Schreibtischlampen, Handyhüllen, Yoga-Matten, Kabelorganizer. Dein Shop sieht wie ein Basar aus. Kein Kunde weiß, wofür du stehst. Google weiß auch nicht, in welcher Nische du ranken solltest. Deine Werbekosten explodieren, weil dein Pixel nicht genug Conversions hat, um zu lernen.

Erfolgreiche Shops starten mit 5-8 Produkten in einer klaren Nische. Das ermöglicht dir, dich auf Lieferantenbeziehungen zu konzentrieren und ein echtes Branding aufzubauen.

Fehler 3: Zu niedrige Preise

Du denkst, niedrige Preise = mehr Verkäufe. Du kalkulierst mit 40 Prozent Marge, was theoretisch gut klingt. Aber: Deine Werbekosten sind fix. Wenn ein Klick 1 Euro kostet und deine Conversion Rate 0,5 Prozent ist, kostet dich ein Verkauf 200 Euro. Bei einer Schreibtischlampe für 29,99 Euro verdienst du 10 Euro nach allen Kosten. Das ist nicht nachhaltig.

Bessere Nischen haben höhere Preispunkte (80-150 Euro) und akzeptieren höhere Werbekosten, weil die Margen größer sind.

Welche Margen sind realistisch?

Das hängt von deiner Nische ab. Hier sind echte Zahlen aus meinen Shops:

- Massenware (Handyhüllen, Kabelorganizer): 15-25% Gewinn. Hohe Konkurrenz, niedrige Preise, hohe Rückgabequote. Nur sinnvoll, wenn du Skalierung mit Facebook Ads beherrschst.
- Nischen-Hardware (ergonomische Produkte, Smart-Home): 25-40% Gewinn. Weniger Konkurrenz, höhere Preise, bessere Kundenbindung. Längere Verkaufszyklen.
- Lifestyle-Produkte (Sportausrüstung, Outdoor-Gear): 30-50% Gewinn. Gute Margen, aber auch höhere Rückgabequoten (bis 35%). Saisonabhängig.
- Spezialisierte Nischen (z.B. für bestimmte Berufsgruppen): 40-60% Gewinn. Kleine Märkte, aber loyale Kunden und niedrigere Werbekosten pro Sale.

Die beste Nische ist nicht die mit den höchsten Margen. Es ist die, bei der du einen echten Mehrwert schaffst - besserer Kundenservice, bessere Produktauswahl, besseres Branding als deine Konkurrenten.

Dropshipping vs. andere Modelle: Wann macht es Sinn?

Dropshipping ist nicht das beste Modell für jeden. Hier ist ein ehrlicher Vergleich:

Dropshipping macht Sinn, wenn du: wenig Startkapital hast (unter 1.000 Euro), schnell testen willst, ob eine Nische funktioniert, oder wenn du eine sehr spezialisierte Nische bedienst, wo Lieferanten schwer zu finden sind. Es macht KEINEN Sinn, wenn du: große Mengen verkaufen willst (dann ist Eigenbestand günstiger), wenn du hohe Kundenzufriedenheit brauchst (Lieferzeiten sind zu lang), oder wenn du in Kategorien mit niedriger Marge startest.

FBA (Fulfillment by Amazon) ist oft günstiger, wenn dein Produktkostenpreis unter 15 Euro liegt und du mindestens 100 Einheiten verkaufen kannst. Eigenbestand ist profitabler, wenn du über 50 Verkäufe pro Monat erreichst. Dropshipping ist das beste Modell für den ersten Test einer Nische - nicht mehr.

Was du konkret machen musst, um zu starten

Wenn du Dropshipping trotzdem versuchen willst, hier sind die ersten Schritte:

- Nische eingrenzen: Wähle eine Kategorie, in der du mindestens 100 potenzielle Kunden pro Monat findest (Google Trends, YouTube-Videos, Reddit). Nicht zu breit, nicht zu eng.
- Lieferanten recherchieren: Fordere von mindestens 5 Lieferanten Muster an. Teste Qualität, Versandzeit und Kommunikation. Das dauert 3-4 Wochen.
- Shop bauen: Shopify oder WooCommerce. Investiere 500-1.000 Euro in Design, nicht in unnötige Apps.
- Erste Kampagne testen: 300-500 Euro Budget auf Facebook oder Google. Ziel: 10-20 Verkäufe. Nicht Profitabilität, sondern Daten sammeln.
- Auswerten und wiederholen: Nach 100 Verkäufen weißt du, ob die Nische funktioniert. Wenn ROAS unter 1,5x liegt, wechseln. Wenn über 2,5x, skalieren.

Die unbequeme Wahrheit

Dropshipping ist kein schneller Weg zu passivem Einkommen. Es ist ein Geschäftsmodell wie jedes andere - mit Vorteilen und massiven Nachteilen. Der Vorteil: Du brauchst wenig Kapital zum Testen. Der Nachteil: Du musst dich um Lieferanten, Rückgaben und Kundensupport kümmern, während deine Margen schrumpfen.

Nach meinen Erfahrungen seit 2019 sind die erfolgreichsten Dropshipping-Shops nicht die, die versuchen, alles zu verkaufen. Es sind die, die eine echte Nische bedienen, echte Kundenprobleme lösen und bereit sind, 6-12 Monate zu investieren, bevor sie profitabel werden. Das ist nicht sexy. Das ist aber die Realität.