

Dropshipping Kosten: Vollständige Kalkulation für 2026

Wie viel Startkapital du brauchst und welche laufenden Ausgaben dich wirklich treffen

Markus Steinberg · 23.08.2026

Es war Anfang 2019, als ich einen Bekannten traf, der gerade sein Dropshipping-Business gestartet hatte. Nach drei Monaten zeigte mir seine Bilanz: 12.000 Euro Umsatz, aber nur 800 Euro Gewinn. "Irgendwo läuft etwas falsch", sagte er verwirrt. Wir setzten uns hin und rechneten durch - und fanden das Problem: Er hatte jede Kostenposition unterschätzt. Die Shopgebühren, die Zahlungsgebühren, die Retouren, die Werbedudgets. Am Ende blieb kaum etwas übrig. Das ist die Geschichte vieler Einsteiger.

Dropshipping verspricht Freiheit ohne Lagerkosten. Aber die versteckten Kosten sind tückischer als bei jedem anderen Geschäftsmodell. Wer sie nicht kennt, kalkuliert sich ins Minus. Dieser Artikel zeigt dir jede einzelne Kostenposition - und wie du eine realistische Gewinnmarge aufbaust.

Die großen Kostenkategorien im Überblick

Bevor wir ins Detail gehen: Es gibt fünf Hauptkostenbereiche, die über Erfolg oder Scheitern entscheiden. Sie alle müssen in deine Kalkulation rein, sonst landest du wie mein Bekannter mit 6,7% Nettogewinn bei 12.000 Euro Umsatz.

Erste Kostengruppe: Plattformgebühren. Ob Shopify, WooCommerce mit Hosting, eBay oder Amazon - jede Plattform nimmt Geld. Shopify kostet 29 Euro/Monat im Basis-Plan, eBay verlangt 0,35 Euro pro Artikel Inserierungsgebühr plus 12,5% Verkäuferprovision. Das ist nicht optional, das ist dein tägliches Geschäft. Bei 50 verkauften Artikeln pro Monat zahlst du bei eBay schnell 500-800 Euro Provisionen.

Zweite Kostengruppe: Zahlungsabwicklung. Jede Kreditkarte, jede Banküberweisung, jeder PayPal-Transfer kostet. Stripe nimmt 1,4% + 0,25 Euro pro Transaktion. PayPal nimmt 3,49% + 0,49 Euro. Bei einem Warenwert von 50 Euro zahlt der Kunde, und du verlierst 2-3 Euro an Gebühren - bevor du überhaupt etwas verdient hast.

Dritte Kostengruppe: Produktkosten und Versand. Das ist das Offensichtliche, aber oft unterschätzt. Ein chinesischer Lieferant verkauft dir ein Produkt für 4 Euro, der Versand nach Deutschland kostet 2-4 Euro. Deine Wareneinsatzkosten liegen bei 6-8 Euro. Wenn du es für 15 Euro verkaufst, bleiben rechnerisch 7 Euro. Aber das ist brutto, nicht netto.

Vierte Kostengruppe: Retouren und Reklamationen. Im Dropshipping ist die Retourenquote höher als im klassischen E-Commerce. Durchschnittlich 15-25% bei Mode, 5-15% bei anderen Kategorien. Jede Retoure kostet dich: Versandkosten zurück, Bearbeitungszeit, manchmal Kulanzersatzungen. Ein Produkt für 15 Euro mit 20% Retourenquote kostet dich also 3 Euro extra pro verkauftem Stück - im Durchschnitt.

Fünfte Kostengruppe: Marketing und Kundenakquisition. Organischer Traffic ist

Illusion. Du brauchst Google Ads, Facebook Ads oder Influencer-Kooperationen. Die meisten Dropshipper geben 20-40% des Umsatzes für Werbung aus, um überhaupt Kunden zu bekommen.

Startkosten: Was kostet der Einstieg wirklich?

Viele sagen: "Dropshipping kostet fast nichts." Das ist falsch. Es kostet weniger als Lagerhaltung, aber nicht nichts.

Plattform und Shop-Setup

Wenn du mit Shopify startest: 29 Euro/Monat + Domain (12 Euro/Jahr) + Theme (kostenlos bis 300 Euro). Dazu kommen Apps für Dropshipping-Integration wie Oberlo (gratis bis 10 Produkte, dann 30 Euro/Monat) oder AliDropship (100-300 Euro einmalig). Realistisch: 100-150 Euro für die erste Woche Setup.

Alternativ WooCommerce: Hosting (5-15 Euro/Monat) + Domain (12 Euro/Jahr) + Theme (kostenlos bis 100 Euro) + Plugins (AliDropship 100 Euro, WooCommerce selbst kostenlos). Hier sparst du 15 Euro/Monat gegenüber Shopify, brauchst aber technisches Know-how.

Lieferanten und Supplier-Accounts

AliExpress kostet nichts zum Anmelden. Alibaba auch nicht. Aber wenn du seriös arbeiten willst, zahlst du für Supplier-Verifizierung oder direkten Kontakt zu Herstellern. Manche Lieferanten verlangen Mindestbestellmengen von 100 Stück (200-500 Euro). Das ist für echtes Dropshipping ungeeignet, aber viele Anfänger stolpern da rein.

Rechtliches und Gründung

Gewerbeanmeldung: 20-50 Euro je nach Bundesland. Rechtsberatung für AGB und Datenschutz: 200-500 Euro. Buchhaltungssoftware: 10-30 Euro/Monat. Versicherung (Haftpflicht): 100-200 Euro/Jahr. Zusammen: 400-800 Euro für die erste Welle.

Startbudget für erste 3 Monate

Realistisch brauchst du:

- Shop und Plattform: 150 Euro
- Rechtliches: 500 Euro
- Werbebudget (zum Testen): 1.500-3.000 Euro
- Puffer für unerwartetes: 500 Euro

Minimum: 2.500 Euro. Wenn du es richtig machen willst: 4.000-5.000 Euro für die erste Phase, bis die ersten profitablen Kampagnen laufen.

Laufende Kosten: Die monatliche Blutung

Nach dem Start kommt der Marathon. Hier sind die Kosten, die jeden Monat anfallen.

Plattformgebühren (monatlich)

Shopify: 29 Euro (oder 99 Euro für Plus-Plan). eBay: 0,35 Euro pro Angebot + 12,5% Provision. Amazon: 39 Euro Gebühr + 15% Provision (für FBA) oder 45% Provision (für Eigenversand). WooCommerce: 5-15 Euro Hosting. Diese Kosten sind fix, unabhängig von Umsatz oder Gewinn.

Zahlungsgebühren (prozentual vom Umsatz)

Stripe: 1,4% + 0,25 Euro pro Transaktion. PayPal: 3,49% + 0,49 Euro.

Klarna/Sofortüberweisung: 1-2%. Bei 5.000 Euro Umsatz/Monat zahlst du 70-175 Euro Gebühren. Das sind 1,4-3,5% deines Umsatzes, die direkt weg sind.

Wareneinsatz und Versand

Das ist variabel. Ein Produkt kostet 5 Euro beim Lieferanten, der Versand nach Deutschland kostet 2 Euro. Zusammen: 7 Euro Wareneinsatz. Wenn du es für 20 Euro verkaufst, sind das 35% des Verkaufspreises. Das ist normal und zu erwarten - aber viele Anfänger kalkulieren das falsch.

Retouren und Reklamationen

Hier wird es ernst. Angenommen, du verkaufst 100 Produkte à 25 Euro = 2.500 Euro Umsatz. 15% Retourenquote = 15 Retouren. Jede Retourn kostet dich:

- Versand zurück zum Lieferanten: 3-5 Euro
- Rückerstattung an Kunden: 25 Euro
- Bearbeitungszeit (dein Lohn): ~15 Euro

Pro Retoure: 43-45 Euro Schaden. Bei 15 Retouren: 645-675 Euro Verlust. Das sind 26% deines Umsatzes, die einfach weg sind. Wenn du diese Quote nicht einplanst, machst du Minus.

Marketing und Kundenakquisition

Das ist der größte Hebel und die größte Unbekannte. Ohne Marketing verkaufst du nichts. Mit Marketing gibst du Geld aus, bis die Kampagnen rentabel sind.

Google Shopping: 20-30% des Umsatzes. Facebook Ads: 15-40% des Umsatzes, je nach Branche. Influencer-Kooperationen: 500-5.000 Euro pro Kampagne. SEO und Content: 300-1.000 Euro/Monat für externe Hilfe.

Realistisches Werbebudget für einen Shop mit 5.000 Euro Umsatz/Monat: 1.000-2.000 Euro. Das ist 20-40% des Umsatzes.

Die echte Marge: So rechnest du realistisch

Jetzt zum Kern: Wie viel bleibt dir wirklich übrig?

Nehmen wir ein konkretes Beispiel. Du verkaufst Sportartikel über deinen eigenen Shop auf Shopify.

Du machst also 16% Gewinn. Das klingt okay, ist aber nicht gut. Deine Arbeitszeit ist darin nicht enthalten. Wenn du 20 Stunden/Woche arbeitest, verdienst du 10 Euro/Stunde - unter Mindestlohn.

Wie wird es besser? Durch höhere Margen, niedrigere Retourenquoten und besseres Marketing.

Marge erhöhen

Wenn du statt 30% Wareneinsatz nur 25% schaffst (bessere Lieferanten, höhere Verkaufspreise), sparst du 250 Euro. Das sind 5% mehr Gewinn.

Retouren senken

Mit besseren Produktbeschreibungen und Bildern senkst du die Retourenquote von 15% auf 10%. Das spart 200 Euro. Wieder 4% mehr Gewinn.

Marketing optimieren

Wenn deine Kampagnen effizienter werden und du statt 20% nur noch 15% für Marketing aus gibst, sparst du 250 Euro. Das sind 5% mehr Gewinn.

Mit diesen drei Optimierungen landest du bei 30% Gewinn statt 16%. Das ist der Unterschied zwischen Hobby und echtem Business.

Häufige Kalkulationsfehler und wie du sie vermeidest

Nach Jahren im Dropshipping kenne ich die Fehler, die fast jeder macht.

Fehler 1: Versandkosten unterschätzen

Viele Anfänger addieren nur die Lieferantenkosten. Aber der Versand von China nach Deutschland kostet nicht immer 2 Euro. Bei schweren Produkten sind es 5-10 Euro. Bei Expressversand 15-20 Euro. Und Rückversand kostet extra. Immer mit 20-30% höheren Versandkosten kalkulieren als der Lieferant angibt.

Fehler 2: Retouren komplett ignorieren

Das ist der größte Fehler. Manche Anfänger planen überhaupt keine Retourenquote ein. Sie rechnen: Verkaufspreis minus Wareneinsatz = Gewinn. Das ist falsch. Eine durchschnittliche Retourenquote von 10-20% ist realistisch und muss in jede Kalkulation rein.

Fehler 3: Zollgebühren vergessen

Bei Sendungen über 150 Euro Warenwert fallen Zollgebühren an. Manche Lieferanten kalkulieren das rein, manche nicht. Wenn dein Kunde eine Rechnung unterschreiben muss, weil Zoll anfällt, ist die Unzufriedenheit groß. Immer einen Puffer von 5-10% für Zoll und Steuern einplanen.

Fehler 4: Marketing als optionale Ausgabe sehen

Ohne Marketing kein Umsatz. Punkt. Viele Anfänger denken, sie können mit organischem Traffic starten. Das funktioniert frühestens nach 6-12 Monaten intensiver SEO-Arbeit. Bis dahin brauchst du Ads. Wer kein Werbebudget hat, hat kein Business.

Fehler 5: Eigene Arbeitszeit nicht kalkulieren

Du brauchst Zeit für Kundenservice, Retouren-Management, Lieferanten-Kontakt, Buchhaltung. Das sind 10-30 Stunden/Woche, je nach Größe. Viele Anfänger zählen das nicht als Kosten. Aber es ist deine Zeit, die du nicht für andere Jobs nutzen kannst. Rechne deine Zeit mit mindestens 15 Euro/Stunde ein.

Konkrete Sparmaßnahmen, die funktionieren

Du kennst jetzt die Kosten. Wie senkst du sie, ohne Qualität zu verlieren?

Lieferanten verhandeln

Die erste Preisquote ist nie die beste. Wenn du 50 Stück pro Monat abnimmst, hast du Verhandlungsmacht. Frag nach Rabatten ab 20 oder 50 Stück. Manche Lieferanten geben 10-20% Rabatt bei regelmäßigen Bestellungen. Das sind 1-2 Euro pro Produkt - und 10% mehr Gewinn.

Versandpartner vergleichen

DHL, Hermes, GLS - die Preise unterscheiden sich um 20-30%. Wenn du 100 Pakete/Monat verschickst, sparst du mit dem richtigen Partner 200-300 Euro. Vergleich lohnt sich.

Plattformgebühren senken

Shopify Plus ist teuer, aber bei 20.000+ Euro Umsatz/Monat lohnt sich ein Custom-Shop. WooCommerce mit eigenem Hosting kostet 1/3 von Shopify. Der Setup ist aufwändiger, aber langfristig billiger.

Zahlungsgebühren optimieren

Stripe ist teuer. Mollie oder Adyen sind billiger. Bei 10.000 Euro Umsatz/Monat sparst du mit einem besseren Anbieter 50-100 Euro. Vergleich zahlt sich aus.

Retourenquote senken

Das ist der größte Hebel. Bessere Produktbeschreibungen, aussagekräftige Bilder, Größentabellen - alles reduziert Retouren. Eine Senkung von 20% auf 10% spart dir 5% des Umsatzes. Das ist massive Gewinnsteigerung.

Wann ist Dropshipping profitabel?

Realistische Zahlen: Ein Dropshipping-Shop mit 5.000 Euro Umsatz/Monat macht 800-1.200 Euro Gewinn vor Steuern. Das ist 16-24% Marge. Wenn du deine Zeit mit 15 Euro/Stunde berechnest und 20 Stunden/Woche arbeitest, verdienst du 1.200 Euro/Monat für deine Arbeit. Zusammen: 2.000-2.400 Euro/Monat für Kapital und Arbeit.

Das ist okay, aber nicht großartig. Die Profitabilität kommt erst bei 10.000-20.000 Euro Umsatz/Monat. Dann hast du bessere Lieferanten-Konditionen, bessere Marketing-Performance und höhere Automatisierung. Deine Marge steigt auf 25-35%.

Viele Anfänger geben auf, weil sie nicht bis dahin durchhalten. Sie rechnen mit 50% Marge und sind enttäuscht, wenn es 15% sind. Die Realität ist: Dropshipping ist ein Grind-Business. Es braucht Zeit, bis es läuft.

Deine Checkliste für realistische Kalkulation

Bevor du startest, geh diese Punkte durch:

- Wareneinsatz + Versand kalkulieren (mit 20% Puffer)
- Retourenquote deiner Kategorie recherchieren (mindestens 10%)
- Plattformgebühren addieren (nicht vergessen!)
- Zahlungsgebühren berechnen (1,4-3,5% vom Umsatz)
- Werbebudget realistisch einschätzen (20-40% des Umsatzes)
- Eigene Arbeitszeit einrechnen (mindestens 15 Euro/Stunde)
- Puffer für Unerwartetes (10% des Umsatzes)
- Zielgewinn definieren (20%+ ist realistisch)

Wenn du diese Punkte durcharbeitest, wirst du nicht überrascht. Du weißt genau, wo dein Geld hingehet und wie viel du verdienst - oder verlierst.

Das ist nicht sexy, aber es ist die Wahrheit. Dropshipping funktioniert, aber nur, wenn du die Kosten kennst und realistisch kalkulierst.