

Dropshipping-Margen berechnen: So kalkulierst du profitabel

Versteckte Kosten identifizieren, realistische Mindestmargen setzen und unrentable Produkte aussortieren

Markus Steinberg · 28.09.2026

Ich erinnere mich noch genau an den Moment, als mir klar wurde, dass ich meine Dropshipping-Kalkulation komplett falsch gemacht hatte. Es war 2019, ich hatte gerade mein erstes Produkt verkauft - ein USB-Kabel für 24,99 Euro. Der Einkaufspreis lag bei 3,50 Euro, also schien mir eine Marge von über 600 Prozent unglaublich lukrativ zu sein. Dann kamen die ersten Rücksendungen, die Zahlungsgebühren, die Werbekosten - und plötzlich war das Produkt ein Verlustbringer. Das war der Punkt, an dem ich verstanden habe: Eine echte Dropshipping-Marge zu berechnen ist komplexer als die simple Formel (Verkaufspreis minus Einkaufspreis).

Heute, nach über 400.000 Euro Umsatz auf Amazon, weiß ich genau, wie man Margen korrekt kalkuliert. Dieser Artikel zeigt dir die Formeln, die versteckten Kosten und die Mindestmargen, die du brauchst, um wirklich profitabel zu sein.

Was ist die echte Dropshipping-Marge und wie unterscheidet sie sich vom Deckungsbeitrag?

Die meisten Anfänger verwechseln zwei Begriffe: die Rohmarge und den Deckungsbeitrag. Die Rohmarge ist einfach: Verkaufspreis minus Einkaufspreis. Der Deckungsbeitrag ist das, was wirklich zählt - das ist der Betrag, der nach allen direkten Kosten übrig bleibt.

Nehmen wir ein konkretes Beispiel: Du verkaufst ein Smartphone-Halter für 19,99 Euro. Der Einkaufspreis liegt bei 4,20 Euro. Die Rohmarge beträgt also 15,79 Euro oder etwa 79 Prozent. Aber das ist noch nicht die echte Marge.

Die echte Marge muss folgende Kosten abziehen:

- Marketplace-Gebühren (Amazon, eBay, Shopify)
- Zahlungsgebühren (PayPal, Kreditkarte, Klarna)
- Versandkosten an den Kunden
- Rücksendungsquoten und Reklamationen
- Werbe- und Marketingkosten
- Fulfillment-Gebühren (falls FBA)

Wenn du alle diese Posten abziehst, bleibt oft nur noch die Hälfte oder weniger der ursprünglichen Rohmarge übrig.

Welche versteckten Kosten fressen deine Dropshipping-Marge auf?

Die meisten Dropshipper unterschätzen die versteckten Kosten dramatisch. Ich habe 2020 eine detaillierte Analyse meiner Top-10-Produkte gemacht und bin erschrocken, wie viel Prozent der Rohmarge durch Nebenkosten aufgezehrt wurden.

Marketplace-Gebühren sind die größte Kostenfalle. Auf Amazon zahlst du als Seller in

der Regel 15 Prozent Verkaufsgebühr (je nach Kategorie zwischen 8 und 45 Prozent). Bei einem Produkt mit 19,99 Euro Verkaufspreis sind das 3,00 Euro. Auf eBay sind es 12,8 Prozent plus Zahlungsgebühren. Wenn du einen eigenen Shop hast, fallen diese Gebühren weg, aber dafür zahlst du für die Plattform selbst (Shopify, WooCommerce, etc.).

Zahlungsgebühren sind unterschätzt. PayPal nimmt 3,49 Prozent plus 0,35 Euro pro Transaktion. Stripe nimmt 2,9 Prozent plus 0,30 Euro. Bei einem Produkt für 19,99 Euro sind das zwischen 0,90 und 1,05 Euro pro Verkauf. Das klingt nicht viel, aber bei 100 Verkäufen sind das 90-105 Euro, die du weniger verdienst.

Versandkosten variieren je nach Gewicht und Ziel. Ein Smartphone-Halter wiegt vielleicht 150 Gramm und kostet dich 2,50 Euro Versand innerhalb Deutschlands (Deutsche Post, Hermes, DPD). Ein schwereres Produkt wie ein Bluetooth-Lautsprecher (500 Gramm) kann 5-7 Euro kosten. Das ist ein großer Unterschied bei einem Produkt, das du für 29,99 Euro verkaufst.

Rücksendungen sind ein Killer. Meine Erfahrung zeigt, dass bei Dropshipping-Produkten die Rücksendungsquote zwischen 5 und 25 Prozent liegt - je nach Produktkategorie. Elektronik hat höhere Rücksendungsquoten als Textilien. Wenn 15 Prozent deiner Verkäufe zurückgegeben werden, musst du diese Kosten in deine Kalkulation einrechnen: Versandkosten für die Rücksendung, Bearbeitungszeit, und oft auch der Totalverlust des Produkts, wenn es beschädigt ankommt.

Bei meinem USB-Kabel-Produkt 2019 lag die Rücksendungsquote bei 18 Prozent. Das bedeutet: Von 100 Verkäufen musste ich 18 Produkte ersetzen oder Geld zurückgeben. Das reduzierte meine echte Marge von 79 Prozent auf etwa 45 Prozent - ein Unterschied von über 34 Prozentpunkten.

Werbekosten sind oft unterschätzt. Wenn du über Amazon PPC, Google Ads oder Facebook Ads verkaufst, zahlst du pro Klick. Bei einem ACoS (Advertising Cost of Sale) von 30 Prozent bedeutet das: Von jedem Euro Umsatz gehen 0,30 Euro für Werbung weg. Bei einem Produkt mit 19,99 Euro sind das 6,00 Euro Werbekosten pro Verkauf. Das ist nicht zu unterschätzen.

Wie berechnest du deine echte Dropshipping-Marge - die Formel

Hier ist die Formel, die ich heute verwende und die alle Kosten berücksichtigt:

Echte Marge (in Euro) = Verkaufspreis - Einkaufspreis - Marketplace-Gebühren - Zahlungsgebühren - Versandkosten - (Rücksendungsquote × Produktpreis) - Werbekosten

Lass mich das mit einem realistischen Beispiel durchrechnen. Produkt:

Wireless-Ladegerät.

- Verkaufspreis: 34,99 Euro
- Einkaufspreis: 8,50 Euro
- Amazon-Verkaufsgebühr (15 %): 5,25 Euro
- Zahlungsgebühren (3,5 %): 1,22 Euro
- Versandkosten (DHL, 300g): 4,50 Euro
- Rücksendungsquote (12 % × 34,99 Euro): 4,20 Euro
- Werbekosten (ACoS 25 %): 8,75 Euro

Echte Marge = 34,99 - 8,50 - 5,25 - 1,22 - 4,50 - 4,20 - 8,75 = 1,57 Euro pro Verkauf

Das sind nur 4,5 Prozent echte Marge. Das klingt schlecht, ist aber nicht unrentabel - wenn du 500 Stück pro Monat verkaufst, sind das 785 Euro Gewinn. Aber wenn die Rücksendungsquote auf 20 Prozent steigt oder die Werbekosten höher werden, wirst du schnell in die Verlustzone rutschen.

Welche Mindestmarge brauchst du, um profitabel zu sein?

Basierend auf meinen Erfahrungen mit über 100 Produkten auf Amazon und eBay kann ich dir folgende Faustregel geben:

- Absolute Mindestmarge: 3-5 Euro pro Verkauf. Darunter wird es schwierig, die Fixkosten zu decken (Buchhaltung, Steuern, Versicherung, Rechtsberatung).
- Komfortable Marge: 8-15 Euro pro Verkauf. Das ermöglicht dir, Reserven für schlechte Monate aufzubauen und in Werbung zu investieren.
- Ideale Marge: 15+ Euro pro Verkauf. Das ist nachhaltig und gibt dir Spielraum für Experimente und Fehler.

Die prozentuale Marge ist weniger aussagekräftig als die absolute Marge in Euro. Ein Produkt mit 100 Euro Verkaufspreis und 50 Prozent Marge bringt dir 50 Euro Gewinn pro Verkauf - deutlich besser als ein Produkt mit 19,99 Euro und 60 Prozent Marge, das dir nur 12 Euro bringt.

Wie identifizierst du unrentable Produkte früh?

Es gibt drei Szenarien, in denen ein Dropshipping-Produkt nicht rentabel ist, egal wie gut die Rohmarge aussieht:

Szenario 1: Die Versandkosten sind zu hoch. Wenn ein Produkt schwer ist (über 1 Kilogramm) und du es für einen niedrigen Preis verkaufst, wird es schwierig. Beispiel: Ein 1,5-Kilogramm-Produkt kostet dich 8 Euro Versand, aber du verkaufst es für 24,99 Euro. Nach allen Gebühren bleibt dir fast nichts.

Szenario 2: Die Rücksendungsquote ist zu hoch. Manche Produktkategorien haben natürlicherweise hohe Rücksendungsquoten. Kleidung (30-40 %), Schuhe (25-35 %), Elektronik (15-25 %). Wenn du in diesen Kategorien verkaufst, musst du deine Kalkulation entsprechend anpassen.

Szenario 3: Der Wettbewerb zwingt dich zu hohen Werbekosten. In übersättigten Kategorien wie USB-Kabel, Handyhüllen oder Standard-Ladegeräte zahlst du oft 40-60 Prozent ACoS. Das macht eine niedrige Rohmarge komplett unrentabel.

Praktische Checkliste: So prüfst du ein Produkt vor dem Launch

Bevor du ein neues Produkt listest, gehe diese Checkliste durch:

- Berechne die Rohmarge. Verkaufspreis minus Einkaufspreis. Sollte mindestens 50 Prozent sein.
- Berechne die Marketplace-Gebühren. Für Amazon: 15 Prozent. Für eBay: 12,8 Prozent plus Zahlungsgebühren.
- Schätze die Versandkosten. Wiege das Produkt, berechne den Versand mit DHL, Hermes oder Deutsche Post.
- Schätze die Rücksendungsquote. Recherchiere die durchschnittliche

Rücksendungsquote in deiner Kategorie. Addiere 5 Prozent hinzu, um konservativ zu sein.

- Berechne die Werbekosten. Starte mit einer ACoS-Annahme von 30-40 Prozent. Bei neuen Produkten ist es oft höher.
- Berechne die echte Marge in Euro. Nutze die Formel von oben. Wenn die echte Marge unter 5 Euro liegt, überdenke das Produkt.
- Berechne die Break-Even-Menge. Wie viele Stück musst du monatlich verkaufen, um deine Fixkosten zu decken?

Ich nutze für diese Berechnung ein einfaches Google Sheets-Template, das ich mit meinen Top-Produkten füttere. Das spart Zeit und reduziert Rechenfehler dramatisch.

Wie unterscheiden sich Margen auf verschiedenen Plattformen?

Die Gebührenstrukturen unterscheiden sich erheblich:

Amazon FBA hat hohe Gebühren, aber du musst dich nicht um Fulfillment kümmern. Ein eigener Shop hat niedrigere Gebühren, aber höhere Anfangskosten und mehr Arbeit. Wähle die Plattform basierend auf deinem Produkt und deiner Risikobereitschaft.

Welche häufigen Kalkulations-Fehler solltest du vermeiden?

Nach Jahren im Dropshipping kenne ich die typischen Fehler:

Fehler 1: Versandkosten unterschätzen. Viele Anfänger berechnen nur die Standard-Versandkosten, vergessen aber Mehrgewicht-Gebühren, internationale Versände oder Express-Versände. Addiere immer 10 Prozent Puffer hinzu.

Fehler 2: Rücksendungen komplett ignorieren. Das ist fahrlässig. Selbst bei hochwertigen Produkten liegt die Rücksendungsquote bei mindestens 5 Prozent. Kalkuliere konservativ mit 10-15 Prozent.

Fehler 3: Werbekosten unterschätzen. Viele denken: "Ich mache organische Rankings, brauche keine Werbung."