FABIAN SIEGLER

FINANZIELLE FREIHEIT MIT DROPSHIPPING

Wie Sie ein profitables Streckengeschäft aufbauen, Ihr eigener Boss werden und Ihr Leben endlich genießen

Mit **Online-Videos** exklusiv zum Buch

DER UMFASSENDE LEITFADEN!

- Schritt-für-Schritt-Anleitungen
- Insider-Infos
- Softwarelösungen
- Web-Adressen

FBV

FABIAN SIEGLER

FINANZIELLE FREIHEIT MIT DROPSHIPPING

Wie Sie ein profitables Streckengeschäft aufbauen, Ihr eigener Boss werden und Ihr Leben endlich genießen

FBV

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie.
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:
info@finanzbuchverlag.de

1. Auflage 2020

© 2020 by FinanzBuch Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Die im Buch veröffentlichten Ratschläge wurden von Verfasser und Verlag sorgfältig erarbeitet und geprüft. Eine Garantie kann dennoch nicht übernommen werden. Ebenso ist die Haftung des Verfassers beziehungsweise des Verlages und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ausgeschlossen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Rainer Weber
Umschlaggestaltung: Catharina Aydemir
Umschlagabbildung: JimLarkin/istockphoto.com
Satz: Bernadette Grohmann, Röser MEDIA GmbH
Druck: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany

ISBN Print 978-3-95972-314-5
ISBN E-Book (PDF) 978-3-96092-581-1
ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-96092-582-8

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter:

www.finanzbuchverlag.de
Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter www.m-vg.de.

INHALT

Einleitung 5

KAPITEL 1
Ein belastbares Fundament legen: Vorteile und Risiken des Streckengeschäfts 11

KAPITEL 2
Wie erschafft man ein lukratives Streckenversand-Sortiment? 63

KAPITEL 3
E-Mail- und Messenger-Marketing im Vergleich 99

KAPITEL 4
Einen hochprofitablen Produkt-Launch durchführen 119

KAPITEL 5
Die Kunst des Funnel-Baus 173

KAPITEL 6
Shop-Software und Marktplatz-Stores im Überblick 185

KAPITEL 7
So finden Sie den idealen Verkaufspreis 221

KAPITEL 8
Hacks für mehr Sichtbarkeit und mehr Umsatz 239

KAPITEL 9
Feindbild DSGVO: »Darf ich das jetzt noch?« 263

Ein paar Worte zum Schluss 273

Endnoten 285

Bilderverzeichnis 288

EINLEITUNG

Dieses Buch wurde geschrieben, um Ihnen die Möglichkeit zu geben, Ihr Leben von Grund auf zu verändern. Sie können so weiterleben wie bisher oder etwas völlig Neues wagen. Das Hauptproblem in aller Regel ist: die eigene Komfortzone! Sie verhindert, dass Sie nicht weiter sind als dort, wo Sie in diesem Augenblick sind. Und »dort« ist nicht örtlich gemeint. »Dort« ist der Punkt, an dem Sie sich in Ihrem Leben gerade befinden. Womöglich gefällt es Ihnen dort. Sie kennen sich aus, Ihr Alltag ist Routine. Freuen Sie sich auf Ihren nächsten Urlaub? Läuft bereits der Countdown am Smartphone zum verdienten Tapetenwechsel? Wo geht es dieses Jahr hin? Sonne, Strand und Meer? Gebirgswelt? Entspannung in einer fernen Metropole? Oder dieses Mal – Stichwort Corona – doch lieber Urlaub in heimatlichen Gefilden? Hauptsache weg, denken Sie vielleicht. Hauptsache Veränderung.

Wenn Sie sich überhaupt nicht in diesen Zeilen wiederfinden, dann können Sie die Einleitung überspringen und auch den einen oder anderen Abschnitt im Kapitel 1. Sie werden sehen, welche gemeint sind. Wenn Sie sich aber in diesen Zeilen wiederfinden, wenn Sie sich beruflich und im Leben verändern wollen, dann sind diese einleitenden Worte und ganz besonders Kapitel 1 wie geschaffen für Sie. Denn am Ende werden Sie verstehen, warum ich nie »urlaubsreif« bin und auch an Sonn- und Feiertagen gar nicht weiß, dass eben ein solcher Tag ist. Ihr Problem ist möglicherweise, dass Sie Ihren Job nicht lieben und nicht leben. Sie arbeiten, weil Sie müssen, wenn es »planmäßig« läuft sogar bis 67. Natürlich kann man dies so machen, und viele Ihrer Mitmenschen machen das auch so. Leider ist dieser Lebensweg von Erfüllung und finanzieller Freiheit oft weit entfernt.

Beim Lesen der folgenden Kapitel werden Sie verstehen, dass ich nicht Wasser predige und Wein trinke. Nehmen Sie mich als Ihr Vorbild und

gerne beim Wort. Von keinesfalls guten Schulnoten zum erfolgreichen Auswanderer auf die Sonneninsel Mallorca. Nein, ich habe weder Strandbar noch Restaurant eröffnet. Und nein, Sie kennen mich auch nicht aus einer der angesagten Auswanderer-Formate im Reality-TV. Wobei ich, zugegeben, mit einem TV-Sender telefoniert hatte. Glücklicherweise kam ich wieder zur Vernunft.

Wir werden uns auf den kommenden Seiten wesentlich näher kennenlernen. Sie werden verstehen, warum ich so handle und denke, wie ich es eben tue. Für den Moment sei Ihnen zusätzlich zu meiner geglückten Auswanderung verraten (diese Zeilen schreibe ich in Palma de Mallorca, meiner Wahlheimat), dass ich mich mit E-Commerce seit über 14 Jahren beschäftige.

Beschäftigen ist eigentlich das falsche Wort. Sich mit etwas beschäftigen, das liegt oft irgendwo zwischen Langeweile und Zwang. Beschäftigt sein und Beschäftigter sein, das ist nahe beieinander. Ein Angestellter im Hamsterrad, Sie wissen schon. Ich dagegen liebe meine Arbeit und ich möchte auch Sie aus Ihrer Komfortzone herauslocken. Lassen Sie es mich daher wie folgt formulieren: Ich werde Ihnen im Folgenden wichtige Informationen und Techniken zur beruflichen Lebensführung vermitteln. Manche werden Ihnen vielleicht bekannt vorkommen, die eine oder andere Technik werden Sie vielleicht auch schon bewusst oder unbewusst nutzen, aber das meiste wird Ihnen neu sein.

Wenn Ihnen Dropshipping aktuell kein Begriff ist, dann haben wir viele spannende Kapitel vor uns. Sofern Ihnen Dropshipping bereits ein Begriff ist, dann ist es wahrscheinlich wie mit dem Beschäftigtsein: Manchmal ist es anders, als man denkt. Ich interpretiere Dropshipping als seine reinste Handelsform. Nicht als Trendbusiness, nichts mit China und dergleichen. Wir werden zusammen das Handwerk des »Streckenversands« erlernen – ja, es gibt für Dropshipping tatsächlich einen deutschen Begriff, auch wenn ihn offensichtlich keiner verwendet. Sie und ich werden den Weg inmitten Ihrer Komfortzone starten. Dafür müssen Sie hier und da Ihre bisherigen Überzeugungen – zumindest kurzfristig – außer Acht lassen oder, wenn es Ihnen sinnvoll erscheint, gerne auch komplett über Bord werfen.

Am Ende wird Ihnen dieses Buch in jedem Falle dabei helfen, Ihre ganz persönliche, unerschütterliche unternehmerische Basis zu legen. Es

geht mir darum, Ihnen das notwendige Rüstzeug für ein langes, gesundes, glückliches und ortsungebundenes Leben zu vermitteln.

Ja, Sie haben richtig gelesen: von Arbeit kein Wort. Keine Sorge, wir werden arbeiten, auch sehr viel, aber Sie werden es nicht mehr als »Arbeit« empfinden. Sie müssen nicht mehr in die überfüllte U-Bahn steigen, um dann neben all den Business-Anzügen Platz zu nehmen. Entschuldigen Sie, aber ich muss das so nennen – oder kennen Sie all Ihre Mitreisenden? Natürlich nicht, Sie fahren anonym ins Büro, auf den Bau oder was auch immer Ihren Lebensunterhalt aktuell einspielt.

Schon bald wird es Ihre letzte Fahrt werden. Dann tauschen Sie nämlich Ihren aktuellen Trott gegen einen Laptop mit W-LAN und steuern Ihr eigenes Versandparadies. Und nein, keine Sorge, wir benötigen dazu keine festen Mitarbeiter, keinen Warenbestand, den wir risikobehaftet vorfinanzieren müssen, und auch kein Büro oder Lager. Ich werde Ihnen die Ausbildungswerkzeuge und das Know-how liefern, das Sie benötigen, um zu lernen, wie ein ortsungebundenes Business für jedermann umsetzbar ist.

Sie können das von mir vermittelte Wissen auch als Student, als Hausfrau oder als Vollzeitgeplagter anwenden. Es gibt keine zwingenden Voraussetzungen. Grundsätzlich müssten Sie nicht einmal volljährig sein, ich habe mit 16 Jahren das Unternehmertum für mich entdeckt. Jedenfalls werde ich Ihnen aus allen Gesellschaftsschichten praxiserprobte Handlungspläne geben. Somit können Sie Ihre Veränderung jetzt sofort starten.

Sie werden Ihrem Leben auf eine völlig neue Art und Weise begegnen. Eine derartige Veränderung wird Sie in die Lage versetzen, immer wieder Ihre eigene Antwort auf Erfolg (mehr Zeit, mehr Geld, mehr Freiheit ...) zu finden.

Ich bin mir sicher, dass Sie ein Macher sind. Einer von vielen, die Ihren Traum und Ihre Ziele in der Realität umwandeln möchten. Selbst wenn Sie bisher noch nicht an diesem Punkt angelangt sind, werden Sie am Ende erfolgreich sein. Sie müssen nur entschlossen sein, alles zu tun, was nötig ist. Würden Sie nicht zu dieser Minderheit gehören wollen, die ihr Leben in die eigene Hand nimmt, hätten Sie dieses Buch gar nicht erst gekauft. Sie sind auch gewiss niemand, der sich auf den Staat verlässt oder darauf wartet, dass jemand anderes zu Ihrer Rettung kommt. Sie sind sich wahrscheinlich darüber im Klaren, dass Sie nicht erst im Lotto gewinnen müssen, um etwas zu unternehmen.

Dieses Buch wird Sie in eine neue Welt entführen. Seine Zeilen sind geschrieben worden für Menschen, die den Willen haben, die Zeit, die Energie und die Durchhaltefähigkeit zu investieren, die nötig sind, um ihre eigenen Fähigkeiten und Talente in etwas Neuem erfolgreich einzusetzen. Am Ende wartet etwas Unbezahlbares auf Sie: Veränderung – um bereits heute gesünder und bewusster zu leben und nicht erst bei Antritt Ihrer Rente. Das Großartigste dabei wird sein: All dies geschieht ohne klingelnden Wecker. Insbesondere Letzteres ist für mich die höchste Bezahlung, die es geben kann.

Die Freiheit zu entscheiden, wann und wo ich arbeite – in Kürze können auch Sie das. Einfach deshalb, weil Sie nichts weiter brauchen werden als ein internetfähiges Gerät, das passende Mindset und den Mumm, Ihre Komfortzone zu verlassen.

Es gibt Absolventen des »Dropshipping-Betriebswirts« – eines Lehrgangs –, die ihren gesamten Lebensunterhalt rein mit dem Smartphone und/oder mit ihrem Tablet bestreiten. Ich möchte Ihnen damit aufzeigen, dass Ihre Vergangenheit, Ihre Herkunft, Ihre bisherigen Erfahrungen und auch Niederlagen völlig irrelevant sind. Sie können alles erreichen, wenn Sie ab sofort Ihren Blick auf das Wesentliche richten.

Meine Definition von »wesentlich« vermittle ich Ihnen auch gleich jetzt. Sie können Ihre Fehler wie bisher entschuldigen, Sie können andere oder Pech für die negativen Ereignisse in Ihrem Leben verantwortlich machen, aber egal, wen Sie als Schuldigen auserkoren haben, es verändert nichts an den Tatsachen. Deshalb werden wir Ihre Komfortzone verlassen und etwas Nachhaltiges in Gang setzen. Bevor Sie Ihre Zeit weiter damit verschwenden, nach Entschuldigungen zu suchen, ist es besser, Ihre Unentschlossenheit jetzt sofort zu beenden.

Ziehen Sie einen Strich unter Ihre Vergangenheit, unter die vergangenen Fehler und Missetaten anderer, unter Ihr eigenes Muster aus Zögern, Untätigkeit und Versäumnissen. Ich bin dazu ausgewandert! Es war mir wichtig, mir selbst klar aufzuzeigen: Ja, ich kann mein privates Umfeld tiefgreifend verändern.

Meine Fähigkeit, EU-Dropshipping zu verfeinern, begleitet mich nun seit weit über einem Jahrzehnt. Ich gehe mit Dropshipping im Kopf zu Bett und stehe damit auf, und das losgelöst davon, in welchem Land ich lebe oder gerade verweile.

Natürlich hatte auch ich Sorgen der Ungewissheit, (wird das gut gehen, ohne Spanisch zu sprechen? Wo muss ich mich überall anmelden? Welche Auflagen für Ausländer gibt es? …), aber diese dürfen einen nicht abhalten zu tun, was immer auch getan werden muss. Der Schlüssel ist einzig und allein Zielsetzung und Beharrlichkeit, getreu dem Motto: »Wer langsamer geht, kommt schneller ans Ziel!«

Starten wir den ersten Schritt auf dem Weg zum Erfolg und werfen wir gemeinsam einen Blick auf ein paar wichtige erste Fragen und Grundlagen.

KAPITEL 1

»Es ist sinnlos zu sagen: Wir tun unser Bestes. Es muss dir gelingen, das zu tun, was erforderlich ist.«

Winston Churchill

EIN BELASTBARES FUNDAMENT LEGEN: VORTEILE UND RISIKEN DES STRECKENGESCHÄFTS

Fallen wir direkt mit der Tür ins Haus. Lassen Sie uns direkt und unmissverständlich mit den Vor- und Nachteilen dieses Geschäftsmodells starten.

Ja, der Streckenversand ist Segen und Fluch zugleich. Einerseits lockt die Aussicht auf ortsungebundenes Arbeiten, auf Freiheit und wenig finanzielles Risiko, andererseits fallen einem diese Vorteile nicht von selbst in den Schoß. Fakt ist: Nie war es einfacher, ein echtes Unternehmen aus den heimischen vier Wänden heraus zu starten. Dropshipping ist gegenwärtig ein Trend im Aufwind. Vor allem das »China-Dropshipping« macht in sozialen Netzwerken und in den ersten Trefferseiten der Suchmaschinen von sich reden. Dabei ist das Streckengeschäft oder der Streckenversand, so der deutsche Fachbegriff, keinesfalls neu.

Vor Hunderten von Jahren gab es bereits die Direktlieferung. Neu ist die zunehmende Vernetzung und die Tatsache, dass wirklich jeder mit ei-

nem Internetanschluss zum Verkäufer werden kann. Online-Marktplätze tun ihr Übriges, damit man seine Zukunft selbst gestalten kann. Dennoch ist es kein Freifahrtschein und gewiss auch kein rechtsfreier Raum. Leider hat es aber genau diesen Anschein. Viele starten ohne solide Vorbereitung in das Abenteuer Dropshipping. Das Bild wird geprägt von Shops, die in jeder Hinsicht wenig ansprechend sind, keinerlei rechtliches Grundgerüst besitzen und ein Sortiment vorweisen, das sich in Beliebigkeit verliert.

Das Ganze mündet in »Versuch und Irrtum«. Die meisten Shops verschwinden schneller, als sie aufgebaut wurden. Die ehemaligen Betreiber versuchen sich auf der nächsten, scheinbar grüneren Wiese.

Da die Eintrittshürden so niedrig sind, trennt sich bereits nach wenigen Wochen die Spreu vom Weizen. Nur wenige Shops werden Monate oder auch Jahre nach dem Launch (dazu später mehr, Sie können es vorerst als Eröffnung verstehen) überhaupt noch betrieben.

Um zu begreifen, wie es dazu kommen kann, beginnen wir mit den Vorteilen des Dropshipping. Der wohl offensichtlichste: Der klassische Wareneinkauf ist nicht mehr notwendig. Die angebotenen Produkte müssen nicht selbst gelagert, verpackt oder versendet werden. All dies übernimmt Ihr Lieferant. (Wie Sie einen solchen finden, erkläre ich Ihnen später.)

Auch als Quereinsteiger können Sie sich eine rentable Perspektive mit Dropshipping aufbauen. Technische Voraussetzungen sind kaum notwendig, da es für fast alles eine Vorlage oder ein Template gibt. Dieser Vorteil ist aber zugleich auch ein großer Nachteil, wie ich Ihnen später noch aufzeigen werde.

Die Betriebskosten für einen Webshop sind recht überschaubar (einige Anbieter stelle ich Ihnen ebenfalls im Detail vor). Für den Moment genügt es, wenn Sie verinnerlichen, dass ein Webshop-Baukasten bereits für wenige Euro im Monat zu bekommen ist. Zur Finanzierung genügt es, wenn Sie ein oder zwei Packungen weniger rauchen oder auf Ihren täglichen Latte vom Coffeeshop verzichten.

Auch um das sogenannte Shophosting (Ihr Speicherplatz im Internet) müssen Sie sich mit dem richtigen Starterpaket keine Sorgen machen. Und natürlich starten Sie auch ohne individuelle anwaltliche Beratung. Nein, nicht blauäugig. Aber die grundlegendsten Dinge wie Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB), Widerrufsbelehrung und Datenschutz-

erklärung werden als preiswertes Paketangebot von vielen Kanzleien angeboten. Derartige Angebote umfassen eine anwaltliche Haftungsübernahme. Mit individuellen Rechtsberatungskosten müssen Sie vorerst also nicht rechnen.

EU-Dropshipping ermöglicht zudem das Testen neuer (Absatz-)Märkte oder gleich die Verwirklichung Ihres Hobbys. Und wer wollte nicht schon immer sein Hobby zum Beruf machen? Konkret: Sie gehen sonntags immer zum Golf? Warum nicht einen eigenen Dropshipping-Shop für Golfzubehör betreiben? Sie lieben Ihren Garten oder Balkon? Warum nicht Gartenpflanzen oder Rasenmäher über das Internet verkaufen? Dropshipping-Fähigkeiten können Sie sich im laufenden Betrieb aneignen. Eine kaufmännische Ausbildung oder Vorkenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaftslehre sind natürlich zu begrüßen, aber keine Grundvoraussetzung für Erfolg.

Die meisten mir bekannten Händler starteten ihren Warenverkauf mit »Learning by Doing«. Wie gesagt, ich begann mit 16 Jahren. Die Liste all jener Dinge, die ich nicht wusste, war ziemlich lang. Dennoch war es kein Hindernis, um den ersten Schritt zu wagen.

Aber: Wenn Sie über gar keine relevanten Vorkenntnisse verfügen, also wirklich bei null anfangen, können Sie einen Vorab-Ausbildungsschritt in Betracht ziehen. Der »Dropshipping-Betriebswirt« könnte eine solche Möglichkeit darstellen. Ich werde im späteren Verlauf auf diese und weitere Möglichkeiten noch eingehen. Zu meiner Zeit gab es solche Angebote schlicht nicht. Zuhause hatten wir noch Telefone mit Wählscheiben ...

Jedenfalls: Mit den heutigen Bildungsmöglichkeiten – dieses Buch gehört dazu – kann Ihr Shop zügig gestartet werden, parallel zur Theorie eignet man sich das Praxiswissen an. Sie müssen natürlich lernbereit sein, denn trotz aller Fortschrittlichkeit kommen die Informationen nicht über Autopilot in Ihr Gehirn.

Es gibt glücklicherweise Tausende Videos auf Plattformen wie YouTube, die Ihnen als Neu- bzw. Quereinsteiger die wichtigsten Basics aufzeigen. Geben Sie bei Interesse einfach Suchworte ein wie »EU-Dropshipping« oder auch »Dropshipping Europa«, um passende Videos zu finden. Hilfsbereite Online-Communitys unterstützen Sie zusätzlich beim Start. Suchen Sie sich passende Gruppen und vernetzen Sie sich. Nicht zwingend auf Facebook, sondern in erster Linie in Business-Netzwerken wie

Xing (vorwiegend deutschsprachig) oder LinkedIn, wenn es international sein darf. Schlüsselfertige Softwarelösungen, die wir später im Detail entdecken werden, ermöglichen Ihnen einen Einstieg ohne Programmierkenntnisse. Sie profitieren von automatischen Abläufen bei Rechnungserstellung und Produktbestellung bei Ihrem Lieferanten.

Eigenkapital? Sie werden, zumindest mit meiner Methode, in der Aufbauphase eher kein Geld verdienen. Wenn Sie Vollzeit auf Dropshipping um- und einsteigen wollen, dann sollten Sie Lebenshaltungskosten und Dropshipping-Fixkosten für ein halbes Jahr in der Hinterhand haben. Darüber hinaus brauchen Sie kaum eigenes Kapital, da Sie per Vorkasse von Ihren Endkunden bezahlt werden. Erst im Anschluss bestellen Sie (oder Ihre Softwarelösung) beim Lieferanten die gewünschten Produkte. Die Differenz aus dieser Transaktion ist umgangssprachlich Ihr Gewinn, genauer der Rohertrag, von dem natürlich noch Fixkosten wie Arbeitsmaterial, Strom, Miete, Internetkosten, Kopierer etc. abgehen. Der Lieferant sendet dann die Ware an Ihren Endkunden. Als Absender werden Sie genannt, der Lieferant tritt also im Außenverhältnis nicht auf. All dies klingt doch zu schön, um wahr zu sein, oder?

Es ist wahr, dennoch gibt es auch Risiken und Nachteile, die nicht unerwähnt bleiben dürfen: Derart niedrige Eintrittshürden haben zur Folge, dass viele lieblose und unprofessionelle Shops am Markt agieren. Der Markt aus Angebot und Nachfrage reguliert sich glücklicherweise schnell, sodass derartige Shops in aller Regel nicht lange Bestand haben. Sollten Sie also vorhaben, »mal eben schnell« einen Shop aufzusetzen, dann ist dieser mit großer Wahrscheinlichkeit zum Scheitern verurteilt. Ein professionelles Dropshipping-Business bauen Sie nicht binnen weniger Stunden oder Tage auf. Ohne Fleiß und Ausdauer wird Ihr Shop nicht funktionieren.

Wirklich zuverlässige Lieferanten finden Sie auch nicht in den Suchmaschinen-Top-10, anderen Verzeichnissen oder über klickstarke Werbeanzeigen. Vergessen Sie auch käufliche Listen. Die besten Lieferanten müssen verhandelt und von Dropshipping überzeugt werden. Insbesondere in Europa ist Dropshipping bei Weitem nicht so stark präsent wie in den USA. Aus diesem Grund steckt viel Potenzial in der Lieferantenauswahl.

Die Akquise ist aber mit Arbeit verbunden. Wie Sie dennoch erfolgreich aus Ihrer Suche hervorgehen, verrate ich Ihnen in einem späteren Kapitel.

Da Sie die meisten Ihrer Produkte vor dem Verkauf nicht sehen werden, müssen Sie auf die Qualität Ihrer Lieferanten genau achten. Nicht nur die Produktqualität ist relevant, sondern auch die Versand-Zuverlässigkeit, Lieferzeit und selbst die Sorgfältigkeit der Verpackungen. Ein Nachteil ist auch, dass einige Lieferanten mit Ihnen in direkte Konkurrenz treten. In solchen Fällen können Sie faktisch nur den Kürzeren ziehen.

Hinzu kommt, Ihre Kunden haben ein gesetzliches Widerrufsrecht in Europa. Dies bedeutet, dass diese auch ohne Angabe von Gründen Ihre Bestellung an Sie als Händler/Verkäufer zurücksenden können. Ihr Dropshipping-Lieferant ist gesetzlich hingegen nicht zur Rücknahme verpflichtet. Sie müssen daher genau prüfen, unter welchen Bedingungen bzw. Konditionen Waren von Ihrem Lieferanten zurückgenommen werden. Nicht ohne Grund werden wir uns den leidigen Retouren später mit etwas mehr Tiefe widmen. Produktbilder und Beschreibungen benötigen Sie in jedem Fall von Ihrem Lieferanten.

Gerade weil Sie die Produkte nicht ansehen und selbst prüfen können, sind hochwertige Stammdaten essenziell. Leider bieten viele Hersteller nur ungenügende Ausgangsdaten. Sie müssen diese dann händisch aufbereiten, dies kostet Zeit und am Ende auch Geld.

Lassen Sie sich jetzt nicht durch diesen kleinen Überblick an Risiken und Nachteilen verschrecken. Mir ist wichtig, dass wir von vornherein die Waage halten zwischen Licht und Schatten, die es überall gibt. Gehen wir im Folgenden einen Schritt weiter und blicken konkret auf Sie und Ihre Möglichkeiten als Dropshipper.

Dropshipping als Geschäftsmodell – erste Einblicke

Trotz der offensichtlichen Vorteile beim Dropshipping gibt es kritische Stimmen. Klar, einige Nachteile habe ich Ihnen ja bereits umrissen. So oder so, die Frage ist doch: Ist Ihr Glas halb voll oder halb leer?

Mit Dropshipping ist es nicht wirklich anders als mit so ziemlich allem: Es gibt auch Negativstimmen, Vorurteile und Halbwahrheiten. Im Verlauf

dieses Buches gehen wir vielen dieser Punkte auf den Grund. Lassen Sie uns aber zunächst mit einer grundsätzlichen Betrachtungsweise starten. Es ist nun mal Fakt, dass Sie kein Verkaufs- oder Vertriebs-Genie sein müssen. Auch Marketing-Skills sind nicht notwendig. Dropshipping ist also ein Geschäftsmodell für jedermann. Wie ich später anhand meines eigenen Werdegangs aufzeigen werde, benötigen Sie auch keinen höheren Schul- oder Bildungsabschluss. Es ist schlicht so, dass es auch kein Mindest- oder Höchstalter als Begrenzung gibt. Auch Geschlecht, Hautfarbe, Nationalität und Religion sind ohne Bedeutung. Wenn Sie erfolgreich mit dem Streckenversand werden wollen, dann können Sie dies auch.

Als Dropshipper, so werde ich Sie hin und wieder im Folgenden nennen, können Sie Ihr eigener Chef werden. Das dies nicht immer leicht ist, beleuchten wir ebenso, aber es gibt keine Grenzen, die Sie bei der Umsetzung hindern würden. Nicht einmal das liebe Geld kann als Grund angeführt werden, wenn man von den Anlaufkosten absieht. Denn einen Wareneinkauf gibt es beim Dropshipping nicht. In diesem Business zählt nur Ihre Leistung und genau deshalb hat jeder seine Chance. Wenn Sie sich in Ihrem konventionellen Arbeitsverhältnis »gefesselt« und in Ihrem persönlichen Entwicklungsprozess gebremst oder blockiert fühlen, sind Sie hier richtig. Denn ab sofort kann Ihnen niemand mehr Ihre Kreativität nehmen, Ihren schöpferischen Sinn.

Es mag die unterschiedlichsten Gründe geben, warum Sie bis dato noch nicht durchgestartet, aber jetzt bereit für diese neue Herausforderung sind. Alles, was war, ist uninteressant. Sie können jetzt, hier und heute, den Verlauf Ihrer Zukunft neu schreiben.

Fakt ist, wenn Sie sich nun entscheiden, sagen wir zunächst nebenberuflich, mit täglich zwei Stunden im Bereich Dropshipping durchzustarten, dann haben Sie die Karten neu gemischt. Warum? Ein Beispiel: Wenn Sie stattdessen in einer Bar Getränke servieren, sagen wir der Einfachheit halber ebenfalls zwei Stunden am Abend, als Nebenjob, dann werden Sie exakt für diese zwei Stunden bezahlt. Mit viel Glück gibt es noch etwas Trinkgeld on top, aber eben auch nur für Serviceleistungen, die Sie in eben diesen zwei Stunden erbracht haben. Im schlechtesten Fall wird Ihnen lediglich der Mindestlohn bezahlt, das sind dann um die

20 Euro am Tag. Selbst wenn Sie mehr verdienen wollten, bliebe Ihnen einzig der Weg über mehr Stunden.

Sind wir ehrlich, wie soll das körperlich gehen? Bedenken Sie, dass es ein Nebenjob ist, Sie haben ja bereits einen Vollzeitjob. Dazu kommen Ihr Lebenspartner und Ihre Kinder und Haustiere. Ihr Tag hat, wie auch der meinige, nur 24 Stunden. Wir können es drehen und wenden, wie wir wollen, aber der Tag wird nicht länger werden. Wenn Sie also bereits acht Stunden irgendwo Ihrem Broterwerb nachgegangen sind, dazu die An- und Abfahrt zu Ihrem Vollzeitjob von mindestens einer weiteren Stunde einkalkulieren, dann sind bereits neun Stunden verplant. Zu all dem kommt jetzt am Abend Ihr neuer Nebenjob in der Bar. »Nur« zwei Stunden. Verstehen Sie, dass es mit »nur« nicht getan ist? In Summe sind es mindestens bereits zehn Stunden reine Arbeitszeit, hinzu kommt der An- und Abfahrtsweg zu beiden Jobs. Sie sind also zwischen elf und zwölf Stunden am Ackern. Vielleicht auch länger. Erkennen Sie sich irgendwo in der Geschichte wieder?

In den ersten acht oder neun Stunden haben Sie bereits vollen Einsatz gezeigt. Ihre Leistungskurve soll nun auch noch auf dem zusätzlichen Job oben bleiben? Da Sie keine Maschine sind, werden Sie früher oder später das Handtuch werfen. Oder Sie beginnen, sich selbst klein zu machen. Sie denken sich: Okay, der neue TV mit Soundbar ist ja nicht wirklich notwendig. Also kaufe ich ihn nicht. Die Kinder brauchen neue Schuhe und Shirts, aber die wachsen ohnehin schnell raus, also kann man sich hier bei befreundeten Eltern aushelfen.

Ja, Sie können improvisieren, Sie können sich in Verzicht üben. Aber am Ende werden Sie so nie an Ihre eigentlichen Ziele und die Erfüllung Ihrer Wünsche gelangen.

Wenn Sie in dieser Art des Hamsterrads festhängen, wird Ihr Zusatzverdienst entweder zulasten Ihres Hauptjobs oder Ihrer Gesundheit stattfinden. Nicht so beim EU-Dropshipping. Wenn Sie die besagten zwei Stunden nebenberuflich auf diesem Gebiet einsetzen, sich ein profitables Sortiment aufbauen und anfangen, auf den entscheidenden Marktplätzen zu verkaufen, dann potenziert sich Ihre Zeit.

Dropshipping ist derart gut digitalisierbar, dass Sie viele Dinge automatisch erledigen können. Sie richten Prozesse einmalig ein und von da an laufen diese in einer bewährten Abfolge. Sie müssen also nicht jeden

Tag beim Nullpunkt starten. Bei Ihrem Bar-Job müssen Sie das. Sie servieren einen Drink nach dem anderen, immer und immer wieder von Neuem. Tun Sie das nicht, verdienen Sie kein Geld und erhalten auch kein Trinkgeld. Beim Dropshipping richten Sie hingegen Ihren Shop ein und erweitern Ihr Sortiment täglich um sagen wir 20 neue Produkte. Das Besondere ist, Sie stellen Ihre Produkte an einer zentralen Stelle ein. Ihre einmal eingestellten Produkte sorgen täglich aufs Neue für Sichtbarkeit. Wenn Sie jetzt einen Schritt weiterdenken, fügen Sie zu Ihren täglichen 20 neuen Artikeln auch noch einen neuen Absatzkanal hinzu. Der Einfachheit nehmen wir hier das allseits bekannte Auktionshaus eBay und den Marktplatz von Amazon. In zwei Tagen hätten Sie also 40 neue Produkte in Ihrem Shop und bereits zwei Absatzkanäle. Sowohl eBay als auch Amazon bieten neben dem deutschen Marktplatz auch viele europäische sowie internationale Optionen. Im Handumdrehen können Sie das Angebot Ihrer 40 Artikel (die Arbeit aus zwei Tagen zu je zwei Stunden) vollautomatisch auf all diese Länder übertragen.

Angenommen, Sie folgen der Marschrichtung dieses Buches, dann würden Sie Ihre Produkte zum Beispiel auch in Frankreich, Spanien und Italien anbieten. Innerhalb nur weniger Tage können Sie somit ein Millionenpublikum über eBay, Amazon und viele weitere Multiplikatoren erreichen. Dies ist viel effektiver, als Sie es als Direktvertriebler oder Handelsvertreter jemals sein könnten. Von Ihrem Vergleichsjob in der Bar brauchen wir gar nicht erst reden.

Mit anderen Worten: Sie arbeiten zwei Stunden (zusätzlich) am Tag, werden aber in absehbarer Zeit für einen Output von 40 bis 50 Stunden honoriert. Einfach dank Duplikation und Automatisierung.

Das Besondere ist, dass Ihr Output mehr als 24 Stunden beträgt, obwohl der Tag bekanntermaßen nur 24 Stunden hat. Und genau dieses »Rechen- und Stundenwunder« kommt durch die Potenzierung und Automatisierung Ihrer investierten Zeit zustande. Dies ist der Grund, warum Dropshipping Ihnen völlig neue Möglichkeiten bietet und Sie anderweitige Nebentätigkeiten, wie den beispielhaften Bar-Job, neu abwägen sollten. Bei einem erfolgreich aufgesetzten Dropshipping-Store ist die Potenzierbarkeit nahezu grenzenlos und eben nicht auf einen Tag bzw. auf die

Abendstunden begrenzt, wie dies bei einem typischen Nebenjob der Fall ist.

Aus diesem Grund ist es möglich, dass Sie als Dropshipper in der Lage sind, stabil und nachhaltig zu wachsen. Es ist nicht unüblich, dass Sie nach recht kurzer Einarbeitung in Ihrem Nebenjob als Shopbetreiber deutlich mehr verdienen als im Hauptberuf. Ebenso ist es nicht unüblich, dass der Nebenberuf früher oder später komplett zum Hauptberuf wird.

Grundsätzlich gilt: Je engagierter Sie sind, desto höher wird Ihr Einkommen ausfallen. Dropshipping basiert, wenn Sie so möchten, auf einem unverrückbaren, gerechten Gesetz. Wie heißt es so schön? Von nichts kommt nichts! Denn natürlich bringt Ihnen auch die fortschrittlichste Software und die beste Automatisierungstechnik nichts, wenn Sie das Gelernte nicht anwenden. Im Verlauf der folgenden Kapitel werde ich Ihnen aufzeigen, wie Sie eine hochprofitable Vertriebsmaschinerie auf Dropshipping-Basis aufbauen.

Lassen Sie uns ein paar reale Verdienstmöglichkeiten ansehen. Während viele der mir bekannten Dropshipper eher in der Gegend von 500 Euro im Monat verdienen, weil sie nur wenig Zeit investieren können, erzielen die von uns aufgebauten oder verwalteten Stores im Schnitt Verdienste um die 7000 Euro im Monat (»uns«, das sind ich und meine Partner und Kollegen in unserem Unternehmen Expertiserocks®). Für den Januar 2020 schaut das wie folgt aus: Bei durchschnittlich 16,5 Stunden Einsatz pro Woche betrug der durchschnittliche Gewinn pro Dropshipper und Monat 6966 Euro.

Aber lassen Sie uns klein beginnen. Zugegeben, 500 Euro klingen nach wenig. Aber es lohnt sich eine genauere Betrachtung. Angenommen, Sie verdienen in Ihrem Hauptberuf bisher 1500 Euro netto und durch Dropshipping kommen nun 500 Euro zusätzlich hinzu, dann ist das viel! Warum? Im übertragenen Sinne erfreuen Sie sich einer »Gehaltssteigerung« von 33 Prozent. Das ist mehr, als jede Gewerkschaft je erreicht hat.

Als Arbeitnehmer können Sie froh sein, wenn sie in diesen schweren Zeiten eine Lohnsteigerung von zwei, drei Prozent erhalten. Dropshipping unrentabel? Ich denke nicht! Selbst auf diesem Minimum-Level verdienen Sie in Summe mehr als mit jedem »Bar-Job« (um im Beispiel zu

bleiben). Vergessen Sie bei dieser Rechnung den neu gewonnen Komfort nicht. Sie können nun von zu Hause aus arbeiten. Die An- und Abfahrtwege bleiben Ihnen erspart und Ihre Tätigkeit kann bei Sonne auch im Garten ausgeübt werden. Sie gewinnen also nicht nur eine »Gehaltssteigerung« von über 30 Prozent, sondern auch viel mehr Freiheit und Freizeit.

Zugegeben, dass klingt vielversprechend. Und dennoch: So oft, wie Dropshipping übertrieben als »Goldgrube« und »Schnell-reich-werden-Methode« bezeichnet wird, genauso oft wird es schlechtgemacht.

Da ich selbst einen YouTube Channel unterhalte, kenne ich den Video-Content der Branche recht gut. Mir entgehen auch nicht die (neuen wie alten) Videos, in denen vor dem Geschäftsmodell Dropshipping als angeblich dubiosem Schneeballsystem gewarnt wird. Wobei Letzteres eher an Network-Marketing erinnert. Abzocke, Fake-Mentoren und schlechte Kurse prägen das Stimmungsbild, nicht zu vergessen der Fokus, der fast ausschließlich auf China ruht. Europäisches Dropshipping spielt fast nie eine Rolle, der besagte Video-Content sorgt aber dafür, dass man alles über einen Kamm schert und dass der Unwissende sich mit etwaigen Alternativen, wie eben EU-Dropshipping, gar nicht erst auseinandersetzt. Erfolgreiche Online-Marketer, die von Dropshipping dennoch keine Ahnung haben, tun ihr Übriges. In Videos getreu dem Motto »Fünf Gründe, warum ich mit Dropshipping aufgehört habe« oder »Darum funktioniert Dropshipping nicht« säen sie Misstrauen und unnötige Ängste.

Hunderttausende Klicks sind bei solchen Videos keine Seltenheit. Sie beeinflussen vor allem jene Zuschauer, die mit Dropshipping nicht vertraut sind oder sich über diese besondere Art des Geldverdienens erst einmal informieren wollen. Leider wird in diesen Videos nicht nur viel Halbwissen verbreitet. Sie werden zudem vor allem von denjenigen hochgeladen, die selbst entweder gar keine Erfahrung mit dem Streckenversand haben oder die gestartet, dann aber aufgegeben haben. Mir ist es wichtig, an dieser Stelle von aufgeben zu sprechen, denn scheitern ist etwas völlig anderes. Letzteres ist dann der Fall, wenn Sie wirklich alles getan haben. Blickt man hinter die Kulissen, ist dies aber in aller Regel nicht der Fall. Sich dies einzugestehen, ist natürlich schwer – leichter ist es da, ein Video ins Netz zu stellen, in dem man über Dropshipping herzieht.

Ich spreche auch an dieser Stelle aus eigener Erfahrung. Vor einigen Jahren hatten wir eine Facebook-Gruppe – Sie ahnen es bereits – zum

Thema Dropshipping. Es waren um die 800 Mitglieder, darunter eine Handvoll Kunden und viele allgemeine User, sprich Dropshipping-Interessierte. Eines Tages postete eine Kundin ihren Unmut in eben diese Gruppe. Sie ließ sich aus, wie schlecht Dropshipping doch sei, und auch wir, als ihre Mentoren, wurden mit Kritik überzogen. In den sozialen Medien können solche Debatten recht schnell hitzig werden. So auch in diesem Fall. Plötzlich klinkten sich immer mehr Personen in die Diskussion ein, pflichteten der guten Dame bei.

Das Irrwitzige an der Sache war aber, dass die »Rechthaber«, mit einer Ausnahme, gar keine Kunden waren. Sie konnten also den beschriebenen Kontext gar nicht nachvollziehen. Vielmehr war es Hörensagen. Aber gelesen hatten sich ihre Postings wie echte Kunden, Teilnehmer. Enttäuschte, versteht sich. So etwas steckt an. Ob Videos oder Postings, es kommt am Ende auf dasselbe raus. Erschwerend kam hinzu, dass dieser eine echte Kunde, der ebenfalls seinen Unmut in der Diskussion äußerte, zuvor ein Referenzvideo veröffentlicht hatte. In dem besagten Video lobte er nicht nur uns als Mentoren, sondern auch das Geschäftsmodell des Streckenversands. Ein rundum gelungener Workshop. In der Facebook-Diskussion wollte er sich an dieses Video nicht mehr erinnern. Als es dann von uns als Administratoren der Gruppe als Antwort gepostet wurde, verstummte die Diskussion. Dennoch vergingen Wochen bis zu diesem Zeitpunkt und womöglich Hunderte von Lesern ließen sich davon (negativ) beeinflussen. Das ist schade! Wegen solcher Dropshipping-funktioniert-nicht-Geschichten gibt es nicht wenige unnötige Ängste.

Wahr ist, dass EU-Dropshipping harte Arbeit ist. Hart im Sinne von diszipliniert. Auch wenn wenige Stunden am Tag grundsätzlich ausreichend sind, zumindest beim Backen von kleinen Brötchen, muss dieser Antrieb täglich neu entfacht werden. Vergessen Sie dies niemals! Ich habe Ihnen die uns bekannten Durchschnittsgewinne bereits mitgeteilt, dennoch darf es kein Missverständnis geben: Sie sollen sich von diesen Zahlen zwar inspirieren lassen, ihnen aber auch mit dem nötigen Respekt begegnen. Andernfalls werden Sie den Bereich des Otto-Normal-Amazonhändlers nicht verlassen.

Hier ein paar weitere Rechenübungen zur Erläuterung: Gehen wir einmal davon aus, dass Sie sich nur etwas dazuverdienen möchten. Sagen wir, 18 000 Euro im Jahr ist Ihr angestrebter Gewinn. Das entspricht 1500

Euro im Monat. Diese Summe ist deutlich mehr als die 500 Euro aus dem obigen Beispiel, der Unterschied besteht aber auch darin, dass Sie nun anstreben, sich vollständig auf EU-Dropshipping einzulassen. Sie verstehen diese 18 000 Euro Jahresgewinn also nicht als »Gehaltserhöhung«, sondern als eigenständiges Einkommen. Dass diese Summe, so interpretiert, wirklich mehr als bodenständig ist, versteht sich von selbst, berücksichtigt man die üblichen Lebenshaltungskosten. Dennoch scheint diese Summe als Beispiel ganz gut, da Sie sich sicherlich ebenso leicht wie ich damit identifizieren können. Gehen wir davon aus, dass Ihre Fixkosten jährlich bei 21 000 Euro liegen. In Summe benötigen Sie also 39 000 Euro, damit der angestrebte Gewinn übrigbleibt. Gehen wir weiter davon aus, dass Ihre Produkte einen Deckungsbeitrag (Erklärung folgt in Kürze) von 1,50 Euro erwirtschaften. In diesem Fall müssten Sie 26 000 Artikel im Jahr verkaufen. Das ist durchaus möglich, nur müssen Sie sich über diese rechnerischen Verhältnisse im Klaren sein. Natürlich können Sie auch einen höheren Deckungsbeitrag erwirtschaften und entsprechend weniger verkaufen. Aber der durchschnittliche EU-Dropshipper startet mit Kleinpreisprodukten. Aus diesem Grund ist diese Summe realistisch und ein sehr guter Anhaltspunkt.

Kurz zum »Deckungsbeitrag«: Der Deckungsbeitrag ist die Differenz zwischen den erzielten Erlösen (Nettoumsatz) und Ihren variablen Kosten, worunter vorrangig die Nettoeinkaufspreise Ihres Warenangebots fallen. Es handelt sich also um den Betrag, der zur Deckung Ihrer Fixkosten und der angestrebten Rendite zur Verfügung steht. Sind die Kosten eingespielt, wird der restliche Deckungsbeitrag zum Gewinn. Umgangssprachlich wird bei einem erfolgreichen Verkauf, ohne Verlust, von Gewinn gesprochen. Faktisch ist dies falsch, es ist nämlich zunächst nur der Deckungsbeitrag.

In unserem Beispiel geht es um den Verkauf von 26 000 Artikeln im Jahr, bei 365 Tagen wären dies, rein rechnerisch, 71,23 Artikel am Tag. Das klingt nach einer ganzen Menge Arbeit, ist aber alles andere als unüblich und insofern seriös machbar.

Nehmen wir an, dass Sie sparsam wirtschaften und lediglich 8 000 Euro Fixkosten im Jahr haben, dann wäre bei identisch angestrebtem Jahresgewinn (in Höhe von 18 000 Euro) eine Summe von 26 000 Euro nötig, um alles abzudecken. Bei einem Deckungsbeitrag von 1,50 Euro müssten

Sie 17 333 Artikel verkaufen. Noch immer eine große Stückzahl, jetzt aber nur noch etwas mehr als 47 Stück am Tag.

Nach unseren eigenen Auswertungen verkauft ein durchschnittlicher Amazon-Dropshipping-Händler lediglich 6201 Produkte im Jahr. Ich meine mich daran zu erinnern, dass es im Bereich des Fulfillment by Amazon (FBA) im statistischen Durchschnitt knapp über 5000 Verkäufe sind. Unabhängig davon, welche dieser Zahlen Sie zugrunde legen, wir wären weit von den benötigen Absatzzahlen unseres bodenständigen Beispiels entfernt. Und genau um diese erste zentrale Erkenntnis geht es, nämlich: Verlassen Sie sich nicht auf nur einen Absatzkanal!

Wie gerade aufgezeigt, ist es schwer, mit nur einem Channel, hier Amazon, die benötigen Verkäufe einzuspielen. Weiten Sie daher Ihr Business unbedingt auf eine Vielzahl von Absatzmöglichkeiten aus. Nur so erklären sich auch die lukrativen Gewinnaussichten beim Dropshipping. Hohe Gewinne sind dann möglich, wenn die Abhängigkeit von einem Channel vermieden wird. Diversifizieren Sie!

Und bilden Sie sich in jedem Falle Ihre eigene Meinung! Wenn Sie sich für ein Geschäftsmodell interessieren, wie hier Dropshipping, sollten Sie sich in jedem Fall bei verschiedenen Quellen informieren. Mit diesem Buch haben Sie eine erste kluge Wahl getroffen. Dennoch geht es nicht darum, dass Sie mir bei jedem Wort beipflichten. Betrachten Sie es als das, was es ist, nämlich eine weitere Informationsquelle. Um Ihnen zu zeigen, dass nicht alles rosarot ist, und ich dies auch gar nicht behaupten möchte, zeige ich Ihnen nun die sieben häufigsten Fehler beim Start mit dem Streckenversand. Tun Sie sich einen Gefallen und vermeiden Sie diese.

Die 7 häufigsten Fehler beim Start mit Dropshipping

Es gibt nicht nur Vor- und Nachteile, sondern auch schlicht Fehler, die nicht zuletzt aus Unwissenheit begangen werden. Aus meiner bisher 14-jährigen Praxis möchte ich Ihnen die sieben häufigsten Fehler aufzeigen. Es liegt dann an Ihnen selbst, diese gar nicht erst zu begehen – oder abzustellen, wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist. Diese sie-

ben Fehler sind umgekehrt auch genau die Gebiete, in die Sie, zur Vermeidung eben dieser Fehler, investieren müssen. »Fehlendes Marktverständnis« vermeiden Sie nur, indem Sie sich Marktverständnis aneignen. Sie verstehen, worauf ich hinauswill. Sehen Sie die folgenden Punkte also auch als erste große Orientierungshilfe für Ihre Dos an und nicht nur für Ihre Dont's. Das wird Ihnen den Weg ebnen, um schneller als der Durchschnitt ans Ziel zu gelangen.

Fehler Nr. 1: Fehlendes Marktverständnis

Bevor Sie einen Shop eröffnen und mit Lieferanten telefonieren, um diese zu akquirieren, sollten Sie stets prüfen, ob die favorisierten Produkte grundsätzlich eine entsprechende Nachfrage am Markt aufweisen. Denn ohne einen Bedarf auf Kundenseite werden sich Ihre Produkte nicht verkaufen. Analysieren Sie daher unbedingt das Marktpotenzial der gewünschten Handelskategorie bzw. Produktsparte. Software-Tools, die Ihnen dabei helfen, werden noch vorgestellt. Untersuchen Sie in diesem Schritt nicht nur die potenzielle Beliebtheit der Produkte, sondern verschaffen Sie sich auch einen Überblick über die wichtigsten und erfolgreichsten Wettbewerber. Damit beantworten Sie die Frage, ob am Markt noch Platz ist für einen weiteren Anbieter – nämlich für Sie. Bei diesem Schritt können Sie auch prüfen, mit welcher Strategie und mit welchen Preisen Ihre künftigen Mitbewerber am erfolgreichsten sind.

Im Optimalfall finden Sie eine Nische, die noch nicht ausreichend besetzt ist, jedoch stark nachgefragt wird. Erscheint Ihnen der gewählte Produktbereich nach ausführlicher Analyse wenig erfolgversprechend? Dann gehen Sie besser kein Risiko ein und entscheiden Sie sich lieber für andere Produkte. Wichtig ist jedoch immer – und das kann nicht oft genug gesagt und betont werden –, dass Sie eine gewisse Branchenaffinität mitbringen. Dies muss nicht zwangsläufig das Hobby sein. Mindestens sollte aber der Wille zum Einarbeiten vorhanden sein und ein persönliches Interesse an den Produkten, die Sie verkaufen wollen.

Fehler Nr. 2: Schlechte Einkaufskonditionen

Ist die richtige Nische gefunden, sind Ihre Einkaufspreise eine wichtige Stellschraube. Auch wenn Sie als Dropshipper nie die allerbesten Konditionen erhalten werden, da Sie bevorzugt ab Stückzahl eins einkaufen, sollten die Einkaufspreise dennoch so niedrig wie möglich sein – selbstverständlich ohne dabei an Warenqualität zu verlieren. Versuchen Sie deshalb, die Konditionen beim Lieferanten so optimal wie möglich zu gestalten. Hier ist Verhandlungsgeschick gefragt und Schüchternheit fehl am Platz. Fragen Sie konkret nach Sonderkonditionen und Rabatten. Mögliche Stellschrauben können auch etwaige Mindermengenzuschläge sein. Oder die Versand- und Verpackungskosten. Denn am Ende müssen auch diese Kostenpositionen in Ihrem Verkaufspreis enthalten sein.

Fehler Nr. 3: Retourenquote zu hoch

Eines der größten Probleme beim »China-Dropshipping« (was Sie glücklicherweise nicht betreiben werden) ist, dass die Lieferanten etwaige Retouren nicht zurücknehmen. Sie als Wiederverkäufer sitzen dann auf den Rücksendungen fest und können diese oftmals nur (kostenpflichtig) entsorgen. Auch wenn Ihnen als EU-Dropshipper zumindest bei Reklamationen Lösungen zur Verfügung stehen, machen Retouren langfristig einen nicht unerheblichen Kostenfaktor aus. Zalando und die sonstigen großen Player am Markt können sich aufgrund von Investitionszuschüssen hohe Rücksendequoten erlauben (bzw. »erkaufen«) – Sie können dies zu Anfang leider nicht!

Retournierte Ware kann oft nicht mehr zum Originalpreis verkauft werden. Dadurch entstehen Ihnen als Verkäufer mitunter hohe Verluste. Diese gilt es von Beginn an zu vermeiden bzw. zu minimieren. Überprüfen Sie daher bei Ihrer Produktkategorie, mit welcher Rücksendequote zu rechnen ist.

Ein gutes Beispiel für eine überdurchschnittliche Retouren-Wahrscheinlichkeit ist die Textilbranche. Hier kann die Retourenquote bis zu

40 Prozent betragen, weshalb Kleidung nur in seltenen Fällen für Dropshipping geeignet ist. Am anderen Ende der Skala stehen Unikate. Denn kundenspezifische Anfertigungen sind vollständig vom Widerrufsrecht ausgeschlossen. In fast jeder Branche/Nische ist dies eine gute Möglichkeit, nicht zuletzt, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Wir werden an späterer Stelle auf diese Faktoren weiter eingehen. Behalten Sie diese aber im Hinterkopf.

Fehler Nr. 4: Unzulängliche Kommunikation mit Lieferanten

Eine gute Erreichbarkeit und eine vertrauensvolle, offene Kommunikation mit Ihren Dropshipping-Lieferanten sind das A und O. Denn entscheidend für die Zufriedenheit Ihrer Kunden ist eine schnelle Reaktionszeit – sowohl beim Versand als auch bei der Beantwortung von Rückfragen und der Erfüllung von Garantieansprüchen. Sie sollten daher potenzielle Handelspartner unbedingt persönlich kennenlernen. Eine gute Gelegenheit dafür sind Messebesuche.

Überzeugen Sie sich am besten vor Ort von der Seriosität und der Arbeitsweise Ihres Handelspartners. Achten Sie insbesondere darauf, wie schnell eingehende Bestellungen bearbeitet werden und Artikel versandt werden. Über die notwenigen Schnittstellen zur automatischen Datenübertragung sollten Sie sich ebenfalls im Vorfeld informieren, denn als Dropshipper sind Sie auf ständig aktuelle Lagerbestände angewiesen.

Fehler Nr. 5: Unvollständige Kostenkalkulation

Wohl wissend, dass Sie noch am Anfang Ihrer Dropshipping-Reise stehen, sollten Sie sich bereits im Vorfeld über die künftigen Kosten informieren. Auch wenn Sie grundsätzlich von niedrigen Investitionskosten ausgehen können, kommen Sie so ganz ohne Aufwendungen und Kosten dennoch nicht ans Ziel. Folgende übliche Kosten sollten Sie in Ihrer Kalkulation berücksichtigen:

1. Text, Design und Programmierung Ihres Online-Shops oder, für den Anfang, Ihrer Landingpages. Dazu kommen wir später im Detail.
2. Software und Hardware (Schnittstellen-Programme, PC, Drucker etc.)
3. Arbeitsmaterial wie Papier, Stifte, Druckerpapier, Whiteboard
4. Ausgaben für Marketing und Werbung/Ads – auch wenn diese nach meinem Konzept deutlich geringer sind als bei den üblichen Ansätzen. Ganz ohne geht aber nicht.
5. Kosten für Handelsmessen und Vertriebsplattformen wie eBay oder Amazon.
6. Sample-Bestellungen: Muster, um sich von der Qualität zu überzeugen, können unter diesen Punkt fallen. Da Sie nicht aus China importieren, ist dieser Punkt zwar nur bedingt relevant, aber dennoch nicht ganz zu vernachlässigen.
7. Abwicklung eingehender Kundenanfragen und Support.

Möglicherweise schalten Sie ein Callcenter dazwischen, um in der Anfangsphase eine bessere Erreichbarkeit zu gewährleisten. Wenn Sie einen festen Hauptjob haben, ist dies zu empfehlen.

Alternativ arbeiten Sie mit einem Online-Rückrufkalender (z. B. https://www.terminpilot.de). Diese Lösung ermöglicht eine flexible Terminierung. So oder so sollten Sie vermeiden, dass Neu- und Bestandskunden die Telefondrähte heiß laufen lassen, weil Sie gerade nicht erreichbar sind. Und ja, Ihre Handynummer wirkt im Impressum unseriös und gehört dort auch nicht hin.

Fehler Nr. 6: Holprige Gesamtabwicklung

Auch wenn die Verpackung der Ware und der Versand bei Ihrem Dropshipping-Lieferanten erfolgt, muss dennoch genügend Zeit für alle notwendigen Aspekte der Gesamtabwicklung eingeplant werden. Ein großer Vorteil für Sie als EU-Dropshipper ist, dass die Lieferzeiten oftmals im Bereich von zwei bis fünf Tagen liegen und nicht bei zwei bis fünf Wochen, wie beim China-Dropshipping. Dennoch ist das A und O die Pflege