

A world map in a light grey tone. In the center of the map, over Europe, is a small icon of a shipping box. Four curved arrows originate from this central box and point towards four different regions: North America, South America, Africa, and Australia. Each of these four regions has a small icon of a person, representing a customer or agent. The overall theme is global shipping and distribution.

Dropshipping als Wachstumsmotor

Entdecken Sie neue Perspektiven und Umsatzpotentiale ohne Risiko!

präsentiert von

storebird 
Ihr Shopping Experte!

Gliederung

- 1 Zusammenfassung**
- 2 Erklärung des Modells „Dropshipping“**
- 3 Vorteile und Anforderungen für Großhändler / Hersteller**
- 4 Vorteile und Anforderungen für Online Verkäufer**
- 5 Aufbau der Dropshipping Strukturen als Online Verkäufer**
- 6 Prozesskette operativer Abläufe im Dropshipping**
- 7 Let's go – als Online Verkäufer ins Dropshipping-Geschäft**
 - 7.1 Auswahl der Warengruppe
 - 7.2 Auswahl des passenden Partners
 - 7.3 Auswahl der Vertriebs- und Marketingkanäle
 - 7.4 Aufbau der technischen Infrastruktur
 - 7.5 Gefahren im Dropshipping
- 8 Fazit – Dropshipping hat Potential**
- 9 Über den Autor**

1. Zusammenfassung

In diesem Whitepaper möchte ich das in Deutschland noch nicht sehr verbreitete E-Commerce Geschäftsmodell „Dropshipping“ erklären, Vor- und Nachteile herausarbeiten und einen engen Bezug zur Praxis herstellen. Es richtet sich an Personen, die bereits über ein Fundament an Wissen im Bereich E-Commerce verfügen, eignet sich jedoch auch als Einstiegslektüre in die Thematik „Dropshipping als Online-Verkäufer“.

Herausforderung im E-Commerce: skalierbares Wachstum

Wie jedem Unternehmer geht es auch Online Shop-Betreibern um Wachstum und Profitabilität. Um im klassischen Online Handel konkurrenzfähig zu sein und stetig wachsen zu können, bedarf es jedoch verschiedener , die Liquidität einschränkender, Investitionen: Lagerhaltung, Waren-Vorfinanzierungen für ein großes Produktsortiment, Mitarbeiter für den Warenversand und Support stellen das Fundament, generieren aber alleinstehend noch keinen Umsatz. Dieser kommt erst durch die Säulen Marketing, Public Relations und Kundenbindung zustande, welche erneut Kosten und Ressourcen in Anspruch nehmen.

Lösungsansatz Dropshipping: Wachstum ohne Kapitalbindung

Wie aus der oben beschriebenen Herausforderung hervorgeht, ist die Bindung des Kapitals in Ware und Struktur eine Bremse für schnelles und weniger risikobehaftetes Wachstum. Genau hier setzt Dropshipping an, denn es befreit Online Verkäufer vom physischen Kontakt mit Waren sowie dessen Vorfinanzierung und erlaubt somit das gesamte Budget in Marketing- und Wachstumsaktivitäten umschichten zu können. Heruntergebrochen bedeutet Dropshipping: Der Online Shop verkauft und der Großhändler/Hersteller versendet an den Endkunden.

Lesen Sie in diesem Whitepaper, wie Dropshipping funktioniert, welche Vorteile es für Sie als Hersteller/Großhändler oder Online Verkäufer hat und entscheiden Sie, ob es Ihr Geschäft voranbringen kann.

2. Dropshipping

Definition Wikipedia:

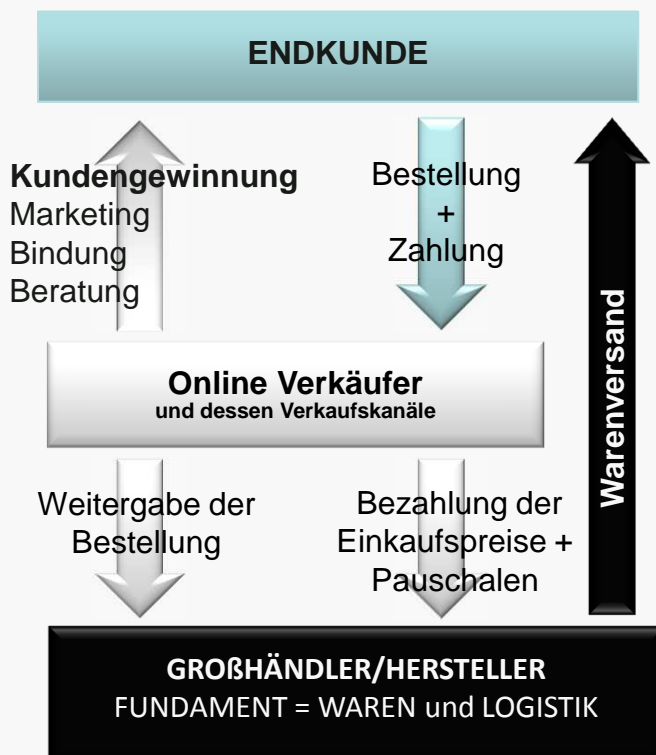
Das **Streckengeschäft** (auch: **Streckenhandel**, **Drop-Shipping**, **Direktversand**) bezeichnet in der Logistik eine besondere Geschäftsform des Handels. Kennzeichnend ist hierbei, dass ein Händler Ware von Lieferanten erwirbt und sie an Kunden weiterverkauft, ohne physischen Kontakt mit der Ware zu haben.

Dropshipping lässt sich als eine **Partnerschaft zwischen Hersteller/Großhändler und Online Verkäufer** bezeichnen, in der sich beide auf Ihre Kernressourcen konzentrieren und das Fundament der Wareneinfinanzierung, Lagerung und Logistik mit den Säulen des Online-Verkaufs bzw. Online-Marketings zusammenbringen können.

Kompetenzen des Großhändlers/Herstellers: großes Produktsortiment, Lagerhaltung, Logistik, Warenversand

Kompetenzen des Online Verkäufers: Marketingkanäle bedienen (SEO, SEM, Affiliates, Preissuchmaschinen etc.), Endkundenkontakt, Kundenbindung

Einfaches Prinzip, folgend grafisch veranschaulicht:



3. Vorteile und Anforderungen für Großhändler und Hersteller

Der Vorteil der Dropshipping-Partnerschaft liegt für den Großhändler/Hersteller darin, dass er einen **neuen Vertriebskanal erschließen** kann, **ohne sich mit den Herausforderungen des Online Verkaufs auseinandersetzen zu müssen:**



Für eine funktionierende Partnerschaft ergeben sich jedoch auch Anforderungen an den Großhändler / Hersteller:

- großes Sortiment mit stetiger Verfügbarkeit der Waren
- flexible Annahme der Bestellungen (per Mail, CSV-Import, Schnittstelle etc.)
- ständige Unterstützung der Partner, es gilt: verkauft der Online Händler mehr, steigt der Umsatz der Hersteller/Großhändler
- Kulanz bei Widerrufsfällen

4. Vorteile und Anforderungen für Online Verkäufer

Das **Dropshipping Modell** öffnet **Online-Verkäufern** die Möglichkeit trotz schlanker Strukturen und geringem Investitionsbedarf schnell und nachhaltig **Wachstum generieren** zu können.

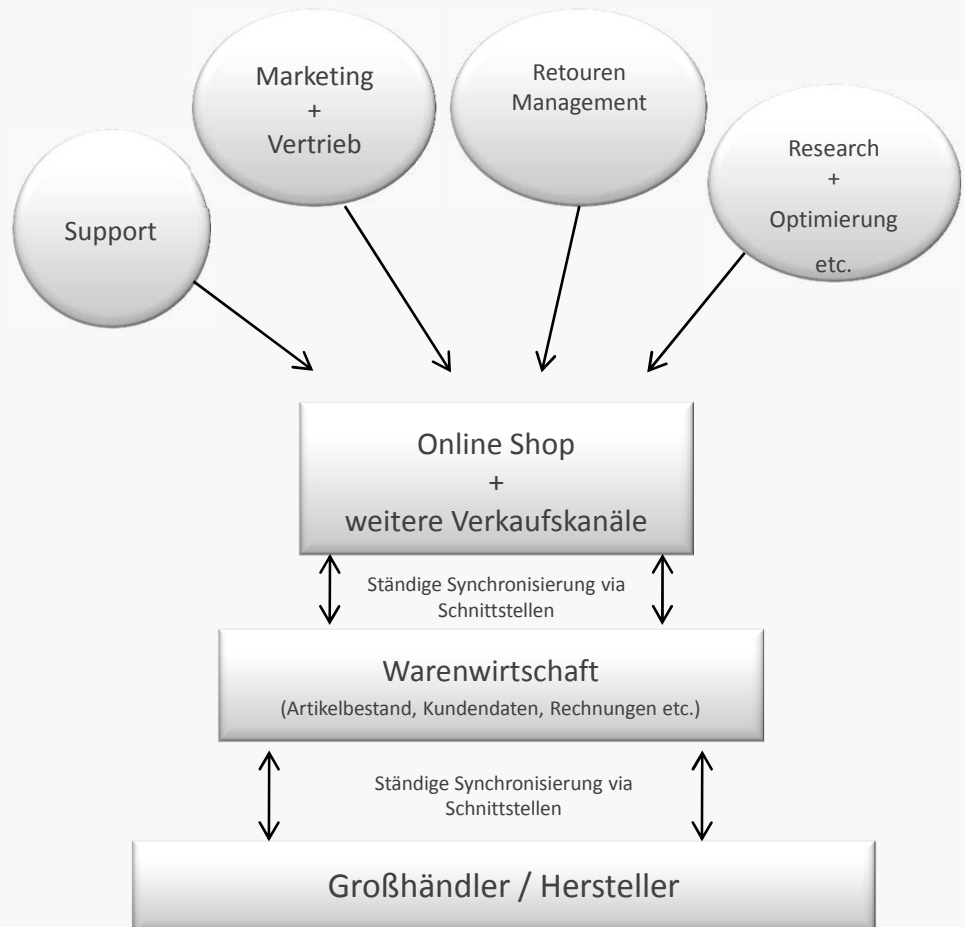


Für eine funktionierende Partnerschaft ergeben sich jedoch auch Anforderungen an den Online Verkäufer:

- Flexibilität bei der Übergabe der Bestellungen an den Händler
- Vorantreiben der Verkäufe durch Marketing
- Optimierung des Online Shops

5. Aufbau der Dropshipping Strukturen als Online Verkäufer

Wenn Sie sich als Online Verkäufer dazu entschlossen haben Ihre E-Commerce Aktivitäten anhand des Dropshippings auszuweiten bzw. neu in dieses Modell starten möchten, ist der Aufbau der Strukturen eine entscheidende Grundlage für den reibungslosen Ablauf operativer Arbeiten und der Skalierbarkeit für nachhaltiges Wachstum. **Aufgrund der Komplexität kann die mögliche Struktur hier nur in den Grundbestandteilen skizziert werden,** wird aber ab Punkt 6 „Prozesskette operativer Abläufe im Dropshipping“ detaillierter aufgegriffen.



6. Prozesskette operativer Abläufe im Dropshipping

Um die täglichen Abläufe eines Dropshipping-Geschäfts aufzuzeigen, folgend eine mögliche Prozesskette vom Online Verkauf bis hin zum Warenversand:

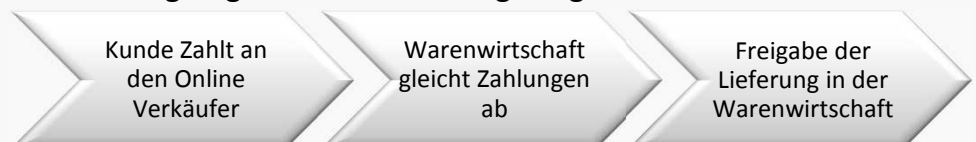
1. Online Shop / Bestellvorgang



2. Warenwirtschaft



3. Zahlungsabgleich und Bestellfreigabe



4. Abwicklung der Bestellung durch Großhändler/Hersteller

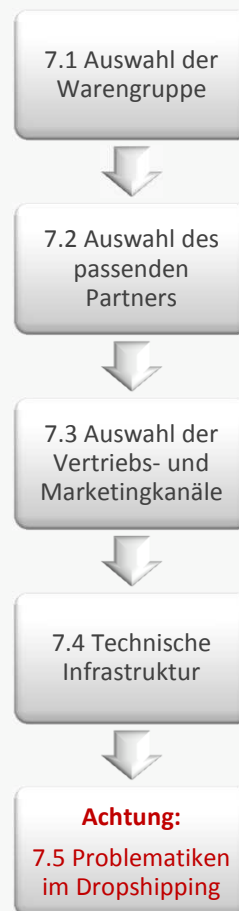


Je mehr der operative Prozess automatisiert werden kann, desto skalierbarer wird der Verkauf. **Die Automatisierung sollte vor allem in den Bereichen Zahlungsabgleich, Bestellfreigabe und Kommunikation zwischen Warenwirtschaft und Großhändler/Hersteller** priorisiert werden.

7. Let's Go – Als Online Verkäufer ins Dropshipping-Geschäft

Haben Sie die Vorteile des Dropshippings für Ihr Geschäft erkannt?
Dann heißt es: Starten!

Folgende Herausforderungen kommt nun auf Sie zu:



Auf die Einzelheiten der Schritte zum Start des Dropshipping Geschäfts wird auf den folgenden Seiten eingegangen.

7.1 Auswahl der Warengruppe

Mit welcher Warengruppe in den Markt eintreten?

Die wohl entscheidende Frage ist, mit welchen Produkten der Markteintritt gewagt wird, bei der Entscheidung gibt es wie auch im gewöhnlichen E-Commerce folgendes zu beachten:

Konkurrenzsituation

Es ist selbstverständlich, dass der Eintritt in einen weniger umkämpften Markt bzw. Nischen gerade für den Anfang sinnvoller ist. In Bereichen wie beispielsweise „Elektronik“, „Kontaktlinsen“ oder „Schuhe“ ist der Preiskampf zu groß und die Marketingbudgets der Konkurrenz zu mächtig. Es ist daher essenziell den Zielmarkt, die Zielgruppe und aktuelle Konkurrenten genau zu sondieren.

Handelsspanne der Produkte

Die Größe der Handelsspanne ist ausschlaggebend dafür, über welche Marketing- und Vertriebskanäle ein profitabler Abverkauf der Produkte möglich ist. Es ist zu beachten, dass die theoretische Marge auf das einzelne Produkt als Dropshipper kleiner sein kann, als wenn die Waren selbst importiert, gelagert und versendet werden.

Anfälligkeit für Widerrufe

Aufgrund des gesetzlich vorgeschriebenen 14-tägigen Widerrufsrechts sind Kunden in der Lage die Ware zurückzuschicken. Die Quote der Rücksendungen ist von Produktsortiment zu Produktsortiment verschieden. Während Kleidung sehr häufig widerrufen wird, ist die Reklamation bei z.B. Büchern eher geringer. Für den Fall eines Widerrufs muss dringend eine Vereinbarung zwischen Online-Verkäufer und Großhändler/Hersteller getroffen werden.

7.2 Auswahl des passenden Partners

Mit welchem Partner starten?

Nach Auswahl der Warengruppe stellt der Großhändler/Hersteller das Fundament des Dropshipping-Geschäfts dar, folglich sollte dieser auch sorgfältig ausgewählt werden. Wichtige Kriterien, die der Großhändler/Hersteller erfüllen sollte, sind:

dauerhafte Produktverfügbarkeit

Es ist extrem wichtig, dass die Ware nach Übergabe der Bestellung umgehend ausgeliefert werden kann – dies setzt eine Verfügbarkeit der Produkte voraus. Denn eine zu lange Lieferzeit wirkt sich negativ auf das Image des Online Verkäufers aus.

Warenversand im Branding des Online Verkäufers

Der Warenversand muss neutral oder besser im Branding des Online Shops erfolgen – unter keinen Umständen im Branding des Großhändlers.

keinen Mindestbestellwert

Der Großhändler sollte keinen Mindestbestellwert verlangen, da die Warenkörbe der Kunden nicht eingeschränkt werden sollten – dies geht zu Lasten der Konversionsraten *1).

Schnittstellen / technische Vorbereitung

Gerade auf lange Sicht und bei höherem Bestellvolumen muss es gegeben sein, die Bestellungen unkompliziert an den Großhändler übergeben zu können. Dies geht per E-Mail, per Schnittstelle etc.

Kulanz im Widerrufsfall

Im gewerblichen Warenversand gilt kein gesetzliches Widerrufsrecht, Endkunden haben jedoch den Anspruch. Es ist daher eine Einigung im Widerrufsfall mit dem Großhändler notwendig.

*1) Konversionsrate

Die Konversionsrate (engl. Conversionrate / CR) gibt Aufschluss darüber, wie effektiv bestehender Besuchertraffic genutzt wird. Werden aus 100 Besuchern 2 Käufer, so hat der Online Shop eine Konversionsrate von 2%.

Die Steigerung dieser Kennzahl ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Online Marketing.

7.3 Auswahl der Vertriebs- und Marketingkanäle

Über welche Kanäle verkaufen, welche Marketingstrategie?

Wie im herkömmlichen E-Commerce müssen selbstverständlich auch im Dropshipping-Modell die Vertriebs- und Marketingkanäle geplant werden:



Die Möglichkeit der Kanäle, über die Sie **profitabel verkaufen** können, hängt entscheidend mit Ihrem gewählten Produktsortiment und den daraus resultierenden Konkurrenzsituationen und Handelsspannen zusammen.

Die einzelnen Vor- und Nachteile werden hier jedoch nicht beleuchtet, da es sich um grundlegende und nicht um Dropshipping-spezifische Fragen handelt.

7.4 Aufbau der technischen Infrastruktur

Die technische Herausforderung sollte unter keinen Umständen bei der Planung des Dropshipping-Geschäfts unterschätzt werden. Sie besteht vor allem darin, das richtige Shopsystem, die passende Warenwirtschaft, die notwendigen Schnittstellen auszuwählen und eine Lösung der Datensynchronisation unter diesen Komponenten zu finden.

Entscheidend für die Skalierbarkeit dabei ist, dass **die Kombination der Komponenten perfekt aufeinander abgestimmt wird** und die Schnittstellen zum Großhändler/Hersteller automatisierte Prozesse ermöglichen.

Folgend eine Checkliste der entscheidenden Punkte für eine technische Dropshipping Infrastruktur:

- ✓ Schnittstelle zum Großhändler für Artikelverfügbarkeit & Anzeige im Online Shop
- ✓ Automatischer Zahlungsabgleich der verschiedenen Zahlarten (Vorkasse, Kreditkarte etc.) & Bestellfreigabe nach Zahlungseingang
- ✓ Bereitstellung der Rechnungen & Lieferscheine für den Großhändler
 - » Übergabe via E-Mail
 - » Übergabe via CSV Export oder Schnittstelle
 - » Übergabe via Warenwirtschaft-Zugang
- ✓ Möglichkeiten des Imports von Produktbeschreibungen und -bildern

7.5 Problematiken im Dropshipping

In diesem Whitepaper sollen nicht nur die positiven Aspekte, sondern auch die Problematiken des Dropshippings für Online Verkäufer beleuchtet werden:

Ein Warenkorb für Produkte verschiedener Dropshipper?

Kauft ein Kunde in einem auf Dropshipping basierenden Online Shop ein und wählt Produkte verschiedener Großhändler aus, besteht die Problematik der Bestellabwicklung darin, dass mehrmals Versandkosten gezahlt werden müssen und der Kunde die Waren in verschiedenen Paketen erhält – dies muss bei der Kalkulation berücksichtigt werden. Für einen reibungslosen Ablauf empfiehlt sich jedoch folgender Ansatz: Ein Projekt/Online Shop – ein Großhändler.

Abhängigkeit vom Großhändler/Hersteller

Spielt der Partner ein mal nicht mehr mit, läuft der Online Shop Gefahr den Verkauf einstellen zu müssen. Hier können Verträge und alternative Partner absichern.

Lieferzeiten und Produktqualität

Da der Online Verkäufer keinen Einfluss auf die Lieferzeiten und die Qualität der Produkte und Verpackungen hat, ist hier eine professionelle Arbeitsweise des Großhändlers erforderlich. Liefert dieser schlecht oder zu spät, schlägt sich das in vollem Umfang negativ auf den Online Shop nieder.

Ablehnung von Widerruf/Retouren

Lehnt ein Großhändler die Möglichkeit des Widerrufs ab, kann es passieren, dass der Online Verkäufer auf von Kunden widerrufener Ware sitzen bleibt – die schmälert entsprechend die Marge und sollte in den Kalkulationen berücksichtigt und stetig gemessen werden.

8. Fazit – Dropshipping hat Potential

Zusammenfassend gibt das Whitepaper einen guten Einblick in die Thematik des E-Commerce Geschäftsmodells „Dropshipping“.

Die Tatsache, dass **Dropshipping Großhändlern die Möglichkeit gibt den Endkundenmarkt bedienen zu können**, ohne sich mit den dafür notwendigen Herausforderungen wie Support, Endkundenberatung, Endkunden-Marketing und Aufbau von Online Vertriebsstrukturen auseinandersetzen zu müssen sondern sich stattdessen auf Ihr Kerngeschäft des Wareneinkaufs, -imports, der Lagerung und Logistik konzentrieren können klingt alleinstehend schon vielversprechend.

Auf der anderen Seite wird **Online Verkäufern die Möglichkeit eröffnet ohne zusätzliche Kapitalbindung und neue bzw. größere Strukturen schneller und mit vermindertem Risiko wachsen zu können**, was das Potential des Dropshipping-Modells verdeutlicht.



Dropshipping ist daher eine ausgezeichnete Methode ein neues E-Commerce Geschäft aufzubauen oder bereits bestehende Online Shops in deren Warenangebot weiter auszubauen.

Ebenfalls für den Endkunden bringt das Modell keine Nachteile mit sich, stattdessen haben Verbraucher sogar die Möglichkeit u.U. günstiger an die von Großhändlern in den

Verkehr gebrachten Produkte zu gelangen.

Zusammengefasst kann Dropshipping als Win-Win-Modell für Großhändler/Hersteller und Online Verkäufer bezeichnet werden.

Dropshipping als Wachstumsmotor

Entdecken Sie neue Perspektiven und Umsatzpotentiale ohne Risiko!

Weiterführende Informationen

www.storebird.de/dropshipping

9. Über den Autor

Nicolai Kuban, Director Marketing & Sales

Nicolai Kuban blickt auf mehr als sechs Jahre Erfahrung im Internet zurück. Er begann 2005 als eBay Powerseller und war 2008 an der Gründung von eKomi - einem international führenden Bewertungssysteme für Online Shops - beteiligt, wo er knapp 2 Jahre das Marketing leitete.

Bei der netbird Limited verantwortet er als geschäftsführender Gesellschafter den Ausbau der Shopping-Plattform www.storebird.de sowie eine Vielzahl an dessen Partnershops.

Kontakt

netbird Limited

Nicolai Kuban
Schloßstraße 107

12163 Berlin

Tel.: +49 30 364 490 26

E-Mail: kuban@netbird.biz