

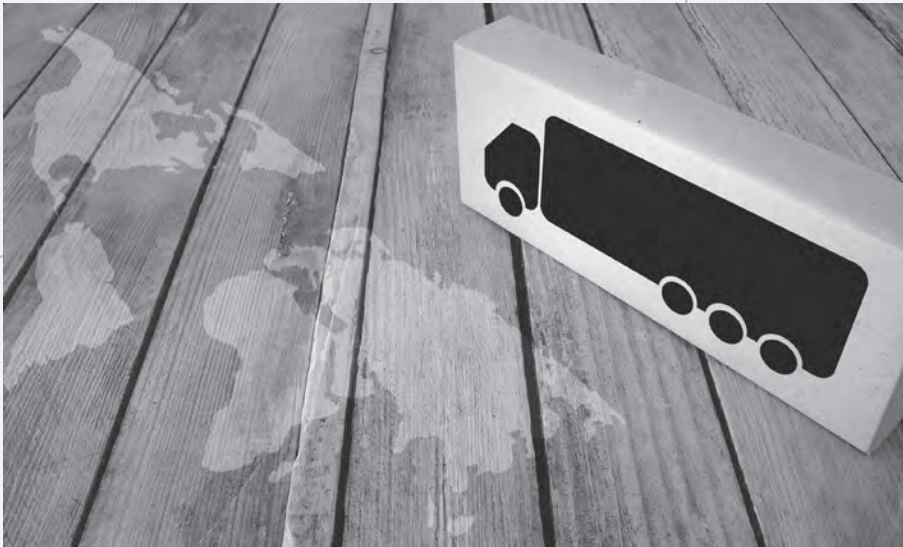


GELD VERDIENEN IM INTERNET

12 praxiserprobte Strategien

Thomas Klußmann & Sascha Ahlers

Ein lukratives Geschäftsmodell



Dropshipping ist im E-Commerce weiterhin ein sehr wichtiges Thema. Richtig eingesetzt kannst du mit Dropshipping ein sehr profitables Business führen, teilweise sogar ohne eigene Produkte oder ein eigenes Lager zu besitzen. Was im ersten Moment vielleicht merkwürdig und unseriös klingt, ist tatsächlich ein weit verbreitetes Geschäftsmodell. Damit auch du davon profitieren kannst, erklären wir dir, was Dropshipping genau ist, wie du es für dich nutzen kannst und nennen dir die zehn besten Anbieter.

1. Was ist Dropshipping?

Dropshipping heißt auf deutsch so viel wie Streckengeschäft und bezeichnet den Distributionsprozess, bei dem ein Händler seine Waren bei einem Großhändler lagert und im Falle einer Kundenbestellung die Waren direkt von da aus zum Kunden versendet. In Deutschland ist Dropshipping häufig auch unter dem Namen Direkthandel bekannt. Die restlichen Prozesse, wie beispielsweise Retouren, landen weiterhin beim Händler. Im Grunde wird dieser Prozess schon seit langer Zeit eingesetzt, beispielsweise mit Massenware wie Baumaterialien, die viel Lagerraum benötigen. Unter dem Namen Dropshipping ist dieses Streckengeschäft, besonders in der Online-Welt, noch recht neu und wird bei Online-Händlern immer beliebter. Hiermit kann man sich jede Menge Arbeit und Kosten sparen, indem man einen Teil des Verkaufsprozesses auslagert.

2. Wer ist beim Dropshipping Prozess beteiligt?

Insgesamt sind drei Parteien an dem Dropshipping-Prozess beteiligt: Der Verkäufer, der Großhändler und natürlich der Kunde. Der Verkäufer ist derjenige, der die Produkte in seinem Online-Shop anbietet und verwaltet. Er kümmert sich hauptsächlich darum, Kunden für sich zu gewinnen und die Produkte zu verkaufen. Sobald er eine Bestellung von einem Kunden bekommt, tritt er mit dem Großhändler in Kontakt und schickt ihm alle wichtigen Details zur Bestellung, wie Adresse des Kunden und das bestellte Produkt. Die Differenz zwischen dem Betrag, den er dem Großhändler für das Produkt schuldet und dem Betrag, den er dem Kunden in Rechnung stellt, stellt hier seinen Gewinn dar.

Der Großhändler nimmt also die Bestellung entgegen, verpackt das bestellte Produkt und schickt es dann weiter an den Endkunden. Er erledigt dafür alle Formalitäten, die für den Versand, den

Zoll und für den Vertrieb anfallen. Der Kunde erhält dann sein bestelltes Produkt. Für ihn ist nicht erkennbar, ob das Produkt direkt vom Händler kommt oder ob es über den Weg des Dropshippings durch einen Großhändler den Weg zu ihm gefunden hat.

Der Kunde bestellt und bezahlt also ein Produkt beim Online-Händler. Sobald das geschehen ist, kauft der Online-Händler im Grunde das Produkt beim Großhändler ein, welcher sich dann um den restlichen Versand kümmert. Somit werden die Logistik und der Verkauf zwischen den beiden Parteien aufgeteilt.



3. Die Vorteile und Nachteile des Dropshippings

VORTEILE DES DROPSHIPPING

Es gibt zahlreiche Vorteile, die das Dropshipping mit sich bringt. Besonders für Unternehmer, die gerade erst mit ihrem E-Com-

merce-Business starten. Für diese ist ein entscheidender Faktor, dass sie ein geringes Startkapital benötigen, um mit ihrem Shop starten zu können. Zudem müssen die Produkte nicht erst zu dem Online-Händler geschickt und nochmal irgendwo in großen Mengen gelagert werden. Darüber hinaus muss der Händler die Produkte erst zahlen, wenn vom Kunden tatsächlich ein Produkt gekauft wurde. So muss der Händler nicht im Voraus viel Geld investieren, um eine bestimmte Menge an Produkten zu bestellen.

Ein weiterer Vorteil ist, dass sich der Online-Händler ein breites Produktsortiment aufbauen und dies jederzeit variieren kann. Somit ist ein schnelles Wachstum möglich und es können auch Produkte aus dem Ausland verkauft werden. Natürlich hat auch der Großhändler bzw. Hersteller deutliche Vorteile vom Dropshipping, da er seine Bestellreichweite ohne großen Aufwand deutlich erhöhen kann. Kurz gesagt: Als Online-Händler kannst du mit Dropshipping Kosten für Personal und Lagerung der Produkte sparen und somit sehr gut ins E-Commerce-Business einsteigen.

NACHTEILE DES DROPSHIPPING

So wie es einige Vorteile gibt, die das Dropshipping bietet, dürfen auch die Nachteile nicht außer Acht gelassen werden. Ganz so einfach wie das Dropshipping klingt, ist es in den meisten Fällen dann doch nicht. Schließlich hast du damit trotzdem einen eigenen Handel, um den du dich kümmern musst. So solltest du dich intensiv mit den Themen Datenschutz, Widerrufsrecht und Marketing auseinandersetzen. Du musst deine Kunden erreichen, sie von deinem Angebot überzeugen und dich gegen Mitbewerber durchsetzen.

Mit einer der wichtigsten Voraussetzungen, damit dein Handel funktioniert, ist eine gut funktionierende und übersichtliche Webseite. Hier gilt es, diese so aufzubauen, dass der Kunde sich schnell zurechtfindet, einfach bestellen kann und so ein angenehmes Käuferlebnis hat. Zudem darfst du einen der größten Nachteile des Dropshippings nicht unterschätzen: Die Marge. Diese fällt nämlich deutlich geringer aus als bei einem Einzelhändler, der seine Produkte in großen Mengen bei einem Hersteller einkauft. Sein Risiko ist hier zwar höher, jedoch bekommt er durch einen großen Einkauf einen Mengenrabatt, der sich ab einer bestimmten Menge an Produkten ordentlich lohnen kann.

Zudem kann es Probleme seitens der Logistik geben. Dadurch, dass du als Händler die komplette Logistik an einen externen Dienstleister abgibst, hast du auch nur bis zu einem bestimmten Grad Einfluss auf die Abläufe. So kann es beispielsweise länger dauern, bis ein Produkt bei deinem Kunden ankommt. Zudem kann es immer mal wieder zu Lieferschwierigkeiten und Problemen mit der Verfügbarkeit kommen, die auf dich zurückfallen. Auch kannst du nicht immer beeinflussen, wie die Produkte verschickt werden und wie diese verpackt sind. Daher ist es wichtig, sich einen zuverlässigen Anbieter zu suchen, auf den du dich verlassen kannst.

4. Arten und Kosten des Dropshipping

DROPSHIPPING-ARTEN

Beim Dropshipping wird im Groben zwischen zwei verschiedenen Arten unterschieden, für die du dich entscheiden kannst:

1. Fulfillment über ein Großhandelslager

Entscheidest du für das Dropshipping über ein Großhandelslager, kannst du theoretisch auf die gesamte Auswahl an Produkten des Händlers zurückgreifen. Hier gibt es jedoch eventuelle Einschränkungen. Beispielsweise wenn ein Produkt bereits ausverkauft ist, weil ein anderer Händler schneller war als du.

2. Fulfillment über ein Kosignationslager

Bei dem Kosignationslager hast du den exklusiven Zugriff auf einen Lagerbereich, der nur für dein Unternehmen zur Verfügung steht. Dieser Bereich wird dir von einem Großhändler zur Verfügung gestellt. Damit kannst du von der gesicherten Warenversorgung profitieren. Häufig kommen hier jedoch Mehrkosten oder Einschränkungen durch Abnahmeverpflichtungen hinzu.

DROPSHIPPING-KOSTEN

Wie hoch die Kosten sind, die beim Dropshipping auf dich zukommen, kann man so nicht pauschal sagen. Im Großen und Ganzen hängt das von dem Anbieter ab, den du für dein Business wählst. Vergleiche daher bei verschiedenen Anbietern folgende Kostenpunkte:

- Versandgebühren
- Handling-Gebühren
- Mindermengenzuschläge

Monetarisiere deine eigene Webseite



Du betreibst deinen eigenen Webpage oder hast spannenden Content auf deinem Blog? Dann solltest du darüber nachdenken, Google AdSense zu nutzen. Denn mit Google AdSense kannst du spielend leicht mit Werbung zu einer zusätzlichen Einnahmequelle kommen. Was genau Google AdSense ist, wie es funktioniert und was du dafür tun musst, erklären wir in diesem Kapitel.

1. Was ist Google AdSense und wie funktioniert es?

Der Suchmaschinen-Gigant Google verkauft offiziell Werbung – nämlich Google Adwords. Damit die Reichweite der Werbung erhöht wird, hat Google ein so genanntes Werbenetzwerk gegründet: Google AdSense. Hiermit ist es möglich, jede Webseite zu monetarisieren. Durch kurze Text- oder Werbeanzeigen kannst du mit deiner eigenen Webseite, deinem Blog oder deinem Shop mehr Umsatz generieren. Somit kann man Google AdSense als sogenannte „Werbeflächen im Internet“ erklären.

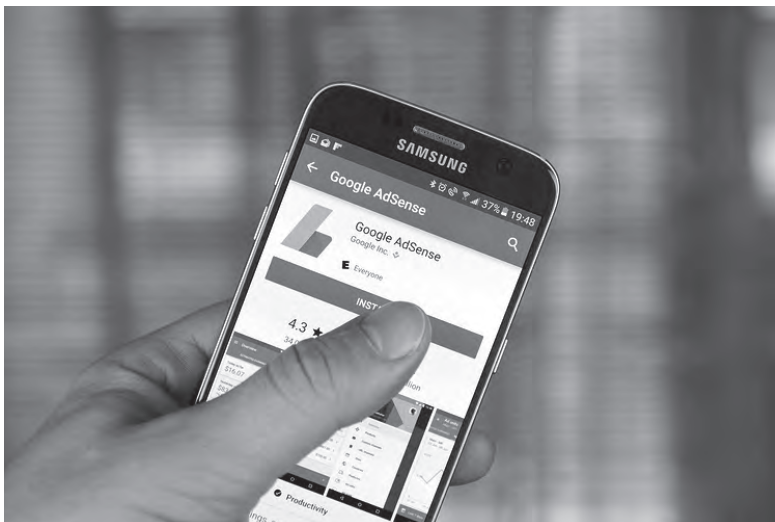
Google AdSense ist clever, denn die Text- oder Werbeanzeigen sind zielgruppenorientiert, sodass Google die Werbung individuell auf den Nutzer und seinem Suchverhalten auswählt und anzeigt. Google wählt also Anzeigen passend zum Inhalt der Webseite aus, auf denen diese Werbeanzeigen erscheinen. Wie die Anzeigen aussehen, kannst du selbst bestimmen. So gibt es zwei Seiten, die über Google AdSense zusammenkommen: Der Werbetreibende, der die Anzeigen schaltet und der Betreiber der Webseite, der als Publisher fungiert. Mittels Auktionsverfahren wird dann die Werbefläche des Publishers an den meistbietenden Werbetreibenden vergeben. Klickt dann ein Besucher der Webseite auf die Werbeanzeige, bekommt der Publisher einen Teil des Betrags, den der Werbetreibende für die Werbeschaltung freigegeben hat. Den anderen Teil behält Google als Provision.

2. Wie viel Geld kann ich mit Google AdSense verdienen?

Es gibt ein paar Faktoren, die die Höhe der Einnahmen bestimmen. Zum einen muss deine Webseite eine gewisse Qualität haben. Das heißt, dass der Content auf deiner Webseite oder auf

deinem Blog so gut sein muss, dass du damit regelmäßig Besucher anlockst. Und da sind wir bereits beim zweiten Kriterium: die Besucherzahl. Hast du kaum Traffic auf deiner Seite und nur weniger Nutzer verirren sich dorthin, bist du für Werbetreibende uninteressant. Doch hast du guten Content und auch eine angemessene Besucherzahl, sind auch automatisch deine Einnahmen höher. Zusätzlich steht die Höhe der Einnahmen aber auch in Abhängigkeit zu den Geboten der Werbetreibenden und der Klick-Rate. Das bedeutet: Je mehr Menschen auf deiner Webseite unterwegs sind und die Anzeigen klicken, desto mehr Geld kannst du verdienen.

Grundsätzlich musst du als Publisher einige Programmrichtlinien von Google erfüllen. Diese beinhalten über 10 technische und inhaltliche Kriterien für deine Webseite. Erfüllst du diese Richtlinien, wirst du zum AdSense-Netzwerk zugelassen. Damit sich die Qualität deiner Webseite nicht mindert, überprüft Google in regelmäßigen Abständen diese Richtlinien und kann dich bei Verstößen bzw. bei einer Nichteinhaltung aus dem Netzwerk wieder ausschließen.



3. Welche Anzeigen werden auf meiner Webseite platziert?

Sicher fragst du dich, ob du überhaupt einen Einfluss auf die Themen der Anzeigen hast, wenn der Meistbietende deine Werbefläche zugesichert bekommt. Grundsätzlich bestimmt der Google-Algorithmus, welche Ads inhaltlich zu deiner Webseite passen. Google achtet also darauf, dass sich Webseiten-Content und Werbe-Content nicht beißen, sondern im Idealfall bestens aufeinander abgestimmt sind.

Eine weitere Möglichkeit ist, dass Ads hinsichtlich des Targeting angezeigt werden. Das bedeutet, dass Werbeanzeigen auf eine zuvor kategorisierten Zielgruppe ausgerichtet sind. Gehört dein Webseiten-Besucher zu einer bestimmten Kategorie, zeigt ihm Google passende Werbung an. Doch weil du derjenige bist, der die Werbefläche zur Verfügung stellt, kannst du letztendlich entscheiden, ob die Anzeige auf deine Webseite kommt oder nicht. Denn wichtig ist hier, dass der eigentliche Content deiner Webseite nicht verdrängt werden soll, damit man die Besucher nicht abschreckt. Daher gibt Google eine feste Anzahl von Werbeblöcke und Banner vor, die dann auf deiner Webseite erscheinen dürfen.

4. 5 Arten von Anzeigen

Generell gibt es fünf verschiedene Arten von möglichen Anzeigen, die sich in ihrem Format unterscheiden. Google bietet dir als Betreiber der Webseite die Möglichkeit, den Anzeigetypen und die Größe auszuwählen. Auch das Design kannst du an deine Webseite anpassen. Die möglichen Anzeigenformate stellen wir hier einmal kurz vor.

Textanzeigen

Eine Textanzeige setzt sich aus einem Titel, der den Link zur Webseite inkludiert, und ein bis zwei Textzeilen zusammen. Die Anzeige kannst du so anpassen, dass sie entweder horizontal, vertikal oder in quadratischer Form angezeigt wird.

Displayanzeigen

Displayanzeigen sind eher auffälligere Anzeigen und im Grunde grafisch aufbereitete Werbeblöcke, die ebenfalls in unterschiedlichen Formaten und Ausrichtungen angezeigt werden. Auch hier hast du wieder die Möglichkeit, sie horizontal, vertikal oder quadratisch anzuzeigen.

Linkblöcke

Linkblöcke sind eine Art Ansammlung von Google-Anzeigen, die zum entsprechenden Thema der Webseite relevant erscheinen. Diese Linkblöcke kannst du vertikal oder horizontal ausrichten.

Rich Media

Rich Media sind interaktive Werbeblöcke wie bspw. Videoanzeigen. Wenn diese Art der Anzeige platziert wird, steigert sie auch deine Einnahmen, da der Wettbewerb um solche Werbeflächen viel höher ist.

Mobile Anzeigen

Diese Art von Anzeigen sind speziell auf die Darstellung auf mobilen Endgeräten optimiert und werden in Bild- oder Textform gestaltet.



5. Google AdSense: Anmeldung und Platzierung von Werbung

Wenn du deine Webseite jetzt auch als Werbeplattform anbieten möchtest, musst du dich bei Google AdSense erst einmal anmelden und ein Konto erstellen. Für die Anmeldung musst du 18 Jahre alt sein, eine Webseite betreiben sowie ein Bankkonto für die Einnahmen angeben.

- Als erstes bewirbst du dich mit deiner Webseite um die Aufnahme in das Werbenetzwerk. Dabei platzierst du einen so genannten Codeschnipsel in dem Seitencode deiner Webseite.

- Google prüft deinen Antrag – genehmigt deine Webseite oder lehnt sie ab. Bei einer Ablehnung aufgrund von Mängeln hast du die Möglichkeit, nachdem du die Mängel behoben hast, dich nochmals bei Google zu bewerben.
- War deine Bewerbung erfolgreich, legst du deine Angaben zu den Werbeflächen fest. Das heißt, du wählst Farbschema, das Format und die Abmessungen deiner Werbeanzeige aus. Zu jedem der Anzeigenblöcke generiert Google einen Code, den du dann an einer bestimmten Stelle in den Code deiner Webseite einfügst. Innerhalb von kurzer Zeit platziert Google deine Werbeanzeigen, die du dann in den Einstellung an deine Webseite grafisch anpassen kannst.

6. Der Unterschied zwischen Google AdSense und Google Ads

Obwohl Google Ads und Google AdSense miteinander verknüpft sind, unterscheiden sich beide Netzwerke durch einen zentralen Faktor. Während Google Ads selbst Anzeigenplätze auf Webseiten, bei Suchergebnis-Seiten oder auf unterschiedlichen Plattformen verkauft und die Einnahmen komplett einbehält, sieht das bei Google AdSense anders aus. Denn hier verkaufst du als Publisher Werbeflächen und Google AdSense fungiert hier nur als Vermittler, der an den Verkäufen eine gewisse Höhe der Einnahmen als Provision einbehält.