

Die Illusionen im E-Commerce

Zwischen Erwartungen und Wirklichkeit.

Stefan Noffke

Erste Auflage
2026

© 2026 Stefan Noffke

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderer Form als den gesetzlich zugelassenen Fällen ist nicht erlaubt und bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung des Autors.

Dies gilt insbesondere für Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung sowie Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Druck und Distribution im Auftrag des Autors:

Stefan Noffke, Arminiusstraße 48, 07548 Gera

Hinweis zur inhaltlichen Einordnung

Dieses Buch dient der fachlichen Orientierung im Themenfeld E-Commerce und angrenzender Systeme. Die dargestellten Inhalte basieren auf praktischen Erfahrungen und allgemeinen Marktbeobachtungen. Es handelt sich nicht um Rechtsberatung, Steuerberatung oder eine verbindliche wirtschaftliche Handlungsempfehlung. Für individuelle Entscheidungen sollten bei Bedarf qualifizierte Fachpersonen konsultiert werden.

*„Auf Social Media gibt es unzählige Geschichten vom
schnellen Erfolg im E-Commerce.*

Die Realität sieht ganz anders aus.“

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	1
Teil 1: Die Illusion ist da.....	3
Peter und der Traum vom eigenen Onlineshop.....	4
Die Erzählungen im E-Commerce.....	5
Die Kehrseite der Medaille.....	7
Social Media präsentiert: Erfolg. Für alle.....	8
Teil 2: Warum diese Illusion entsteht	11
Influencer und Onlinekurse.....	12
Werbeversprechen.....	13
Peter im Sog des E-Commerce.....	15
Teil 3: Was wirklich hinter einem Onlineshop steckt	17
Wie ein Onlineshop funktioniert	18
Big Data - Ein Universum von Daten.....	19
Peter sieht alles durch ein Schlüsselloch.....	23
Teil 4: Wie verdienen Onlinehändler ihr Geld?	25
Handelsmodelle im E-Commerce.....	26
Der klassische Onlineshop.....	26
Marktplätze und Branding.....	28
Dropshipping ist Logistik.....	29
Fulfillment als Komplettservice.....	32
Warehousing im Gedankenspiel.....	33
Print-on-Demand: Geld einfach drucken.....	35
Peter trifft eine Entscheidung	38
Dienstleistungen im E-Commerce	39
Sichtbarkeit durch Agenturen.....	39
Coaching und Motivation. Reicht das?	41
Partnervermittlung und Provisionen.....	45
Teil 5: Warum Marketing Geld kostet.....	46
Die Illusion der kostenlosen Reichweite.....	48
Wettbewerb um Aufmerksamkeit.....	49

Marketing kann noch teuer werden.....	53
Peter im Praktikum	55
Marketingrecht vs. Kreativität.....	56
Peters Shop wird nicht besucht.....	59
Teil 6: Plattformen und Ihre Macht.....	62
Reichweite außerhalb eigener Kontrolle.....	64
Plattformen haben ihre eigenen Regeln.....	65
Markplätze gewinnen. Immer.....	71
Peter im Rausch des E-Commerce.....	74
Teil 7: Was nach dem Klick passiert.....	75
Retouren kosten bares Geld.....	77
Was Kosten Retouren wirklich?.....	80
Peters erste Retouren sind da.....	81
Peter und der Transportschaden.....	83
Logistik entscheidet.....	86
Peter kommt nicht an sein Geld.....	91
Teil 8: Warum Umsatz noch kein Gewinn ist.....	94
Kalkulation gehört dazu.....	100
Marketing-Kosten als Margenkiller	102
Wenn Zahlen lügen lernen.....	107
Der Mythos der einfachen Skalierung	108
Plattformhandel verschiebt Kosten.....	110
Gesetze kosten. Gewährleistung auch.....	117
Peter verliert den Überblick.....	119
Peter ist: Der lebende Rechenschieber.....	121
Teil 9: Der Alltag im E-Commerce.....	123
Keine Lust auf rechtliche Fragen.....	125
Peter bekommt einen Brief. Analog.....	130
Prozesse entstehen.....	132
Die Technik läuft. Hoffentlich.....	135
Peter und der letzte Game Changer.....	136
Erwartungen treffen auf Wahrheit.....	139
Empfehlungen verkaufen.....	140

Peters bekommt Feedback.....	143
Teil 10: Orientierung statt Illusion.....	146
Theorie trifft auf Realität.....	147
Selbstständigkeit oder Anstellung.....	149
Warum Wissen wichtiger ist als Tools.....	150
Die Zukunft verlangt mehr.....	151
KI hilft. Mehr nicht.....	154
Peter findet mit KI alles kinderleicht.....	156
Wirtschaftlichkeit vor Storytelling.....	157
Und was ist mit Peter?.....	159
Teil 11: Augenwischerei.....	161
Nebelscheinwerfer	162
Das E-Commerce Atom.....	163
Teil 12: Woran die meisten Shops scheitern.....	165
Teil 13: Warum ich das Buch geschrieben habe.	173
Die zehn größten Illusionen im E-Commerce.....	175
Quellenverzeichnis.....	177
Glossar	180
Impulse zur Diskussion.....	190
Weitere Bücher (Romane).....	191
Onlinehandel.....	191
Die Werbeindustrie - Romanserie.....	192
Vivien lernen lesen:	192
Jim Undercover:	192
Alles nur Schall und Rauch:.....	192
Kontakt & Neuigkeiten.....	193
Endnoten.....	194

Vorwort

Der E-Commerce gilt als einfacher Einstieg in eine schöne neue digitale Welt. Automatisierung verspricht Effizienz. Reichweite scheint jederzeit verfügbar.

Dieses Bild prägt Erwartungen. Es beeinflusst maßgeblich Entscheidungen.

Viele Einsteiger gehen davon aus, dass ein Shop, einige Produkte und etwas Werbung ausreichen, um ein stabiles Geschäft aufzubauen.

Der Einstieg wirkt technisch unkompliziert. Genau das macht ihn trügerisch.

Der Praxisfall „Peter“ beginnt an diesem Punkt. Er steht stellvertretend für viele Einsteiger im Onlinehandel. Seine Entscheidungen folgen einem Bild, das in vielen Darstellungen vermittelt wird.

Dieses Buch zeigt nicht den Erfolg im E-Commerce. Es zeigt den Weg dorthin.

Die Inhalte stammen aus der Praxis und aus dem, was im Markt tatsächlich passiert. Im Mittelpunkt stehen nicht einzelne Erfolgsgeschichten, sondern die Bedingungen, unter denen sie entstehen.

Es geht nicht darum, Chancen schlecht zu reden. Es geht darum, sie realistisch einzuordnen. Zwischen Erwartung und Wirklichkeit liegt im E-Commerce mehr, als auf den ersten Blick sichtbar ist.

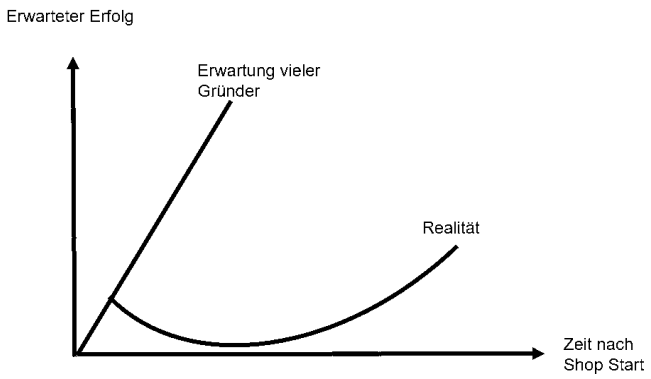


Abbildung 1: Die Erwartung vs. Realität Kurve

Teil 1: Die Illusion ist da

Die meisten starten im E-Commerce nicht mit einem Plan. Sondern mit einer Vorstellung. Wer sich heute über E-Commerce informiert, sieht überall Erfolgsgeschichten.

Neue Shops entstehen, Marken wachsen scheinbar schnell und in Videos oder Beiträgen werden steigende Umsätze gezeigt. Was kaum sichtbar ist, sind die Projekte, die nicht funktionieren. Shops, die keine Kunden gewinnen oder Geschäftsmodelle, die nie über den Anfang hinauskommen.

Erfolg ist sichtbar. Scheitern ist es nicht.

Genau deshalb dominieren Erfolgsgeschichten.

Was ist aber, wenn Scheitern für viele zum Teil des Lernprozesses gehört? Was ist, wenn eine einzelne Perspektive einen in eine missliche Lage bringt? Wäre es das wert, sich diese Seite auch anzuschauen?

Dieses Buch erklärt, keine Erfolgsgeschichten. Es zeigt, wie es in Wirklichkeit aussieht. Wer nur nach Bestätigung sucht, wird hier nicht fündig. Wer verstehen will, schon.

Peter und der Traum vom eigenen Onlineshop

Peter scrollt an einem Abend durch Social Media. Zwischen Unterhaltung und kurzen Clips bleibt er an einem Video hängen. Ein kurzer Beitrag über den Aufbau eines erfolgreichen Onlineshops. In wenigen Minuten erklärt der Sprecher, wie er mit einem einfachen Geschäftsmodell innerhalb kurzer Zeit hohe Umsätze erzielt hat.

Für einen Moment hat Peter das Gefühl, etwas verpasst zu haben. Warum machen das die anderen und er nicht? Vielleicht ist er einfach zu spät.

Am nächsten Tag beginnt er zu recherchieren. Er schaut Videos. Liest Beiträge. Vergleicht Modelle. Immer wieder taucht dieselbe Botschaft auf: Schneller Start, mit wenig Kapital und maximalem Erfolg.

Auch im TV haben Internetanbieter damit geworben. Mit nur drei Klicks zum eigenen Onlineshop. Zu einfach, um es zu ignorieren.

Nur die eine gute Idee und etwas Marketing. Für Peter entsteht ein klares Bild. Um voranzukommen, bucht er seinen ersten Onlinekurs. Jetzt fühlt es sich nach einem Plan an. Was ihm dabei fehlt, bleibt unsichtbar. Er sieht Ergebnisse. Die Voraussetzungen bleiben unsichtbar.

Genau hier beginnt Peters Reise durch die Illusionen im E-Commerce. Die Realität kommt später.