Die 3 größten Fehler, die E-Com Brands in Q4 machen

…und wie du sie vermeidest, um profitabel zu skalieren

Warum dieses PDF wichtig für dich ist:

Q4 ist die umsatzstärkste Zeit im E-Commerce – aber nur für die, die sie richtig nutzen. Viele Brands machen Jahr für Jahr die gleichen Denkfehler. Das führt dazu, dass riesiges Potenzial auf der Strecke bleibt – während Wettbewerber skalieren und den Markt dominieren.

Dieses PDF zeigt dir die **drei häufigsten Irrglauben**, warum du **nicht profitabel durch Q4 kommst**, und gibt dir konkrete High-Level-Strategien an die Hand, mit denen du diese Fehler **nicht nur vermeidest**, sondern sogar **für dein Wachstum nutzt.**

Fehler 1: „Werbung ist zu teuer“

Der Irrglaube:

Viele Shop-Betreiber brechen ihre Kampagnen ab, sobald die CPMs steigen.
Sie sehen die Kosten – aber **nicht den Kontext.**

Die Wahrheit:

Ja, die Preise für Werbung steigen in Q4.
Aber nicht, weil Meta, TikTok oder Google dich ärgern wollen.
Die Kosten steigen, weil die Nachfrage explodiert – **und mit ihr die Kaufbereitschaft deiner Zielgruppe.** Du zahlst also nicht einfach mehr – du zahlst für mehr potenziellen Umsatz.

Die Lösung:

Fokussiere dich auf **Profitabilität statt auf reine Kosten.**
Wenn dein ROAS stimmt, darf dein CPM steigen – solange du **mehr verdienst, als du ausgibst. Messe deine Kampagnen nicht an Kosten, sondern an Deckungsbeitrag und Skalierbarkeit.**

Fehler 2: „Ich pausiere mein Budget – es ist zu riskant“

Der Irrglaube:

„Ich warte lieber ab, bis der Black Friday kommt. Dann gebe ich alles aus.“

Die Wahrheit:

Wenn du dein Budget im Oktober/November pausierst, **zerstörst du deinen Algorithmus, verlierst Lerneffekte** und startest **blind** in die Peak-Phase.
Zudem ist **Marktsättigung ein Mythos.** Viele Brands schalten zurück – und genau dann hast du weniger Konkurrenz.

Die Lösung:

Bleib aktiv. Nutze den Oktober und November, um **Daten zu sammeln, Creatives zu testen und Zielgruppen aufzuwärmen.**
So kannst du im Dezember mit erprobten Setups skalieren, **statt ins Blaue zu feuern.**

Fehler 3: „Ich fang erst mit Q4 an, wenn’s losgeht“

Der Irrglaube:

„Ich schalte einfach Black-Friday-Anzeigen, das reicht.“

Die Wahrheit:

Ohne Vorlauf fehlen dir Daten, getestete Creatives und ein klares Funnel-Setup.
Wer zu spät startet, hat keine Grundlage für profitables Retargeting oder Upselling.

Die Lösung:

Starte früh.
Bereite deine Creatives, Zielgruppen, Ads und Budgets vor.
Verstehe, **was funktioniert – bevor der Peak Ende November explodiert.**
Dann kannst du deine Learnings gezielt nutzen, wenn es drauf ankommt.

Fazit:

Q4 ist kein Risiko – **Q4 ist deine größte Chance.** Aber nur, wenn du mit der richtigen Denkweise, Strategie und Vorbereitung hineingehst.

Buche die jetzt dein Erstgespräch, damit du im November und Dezember deine Umsätze verdoppeln und verdreifachen kannst: Link:
https://calendly.com/engindiren/erstgespraech?month=2025-04