

# Inhalt

Geleitwort der Fachgutachter ..... 15

Vorwort ..... 17

**1 Einleitung** ..... 19

---

**1.1 An wen sich dieses Buch richtet** ..... 19

**1.2 Das richtige Mindset** ..... 20

**1.3 Die richtige Strategie** ..... 22

1.3.1 Marken- und Unternehmensstrategie ..... 22

1.3.2 Integration in die bestehenden Distributionskanäle ..... 23

1.3.3 Was ist Ihr »unfairer Vorteil«? ..... 24

1.3.4 Abhängigkeiten vermeiden ..... 26

**2 Amazons Strategie, Historie und Funktionsweise des Marktplatzes** ..... 29

---

**2.1 Amazons Philosophie, Strategie und deren Umsetzung** ..... 29

2.1.1 Amazons erster Brief an seine Aktionäre ..... 30

2.1.2 Den Kunden im Fokus ..... 31

2.1.3 Die Rolle der Prime-Mitgliedschaft ..... 32

2.1.4 Vertikale Integration ..... 33

2.1.5 Nutzung von Skaleneffekten ..... 34

2.1.6 Kultur ..... 35

**2.2 Amazons Entwicklung von der Gründung bis heute** ..... 36

2.2.1 1994 – Amazons Gründung ..... 36

2.2.2 1995 – Amazon.com geht online ..... 37

2.2.3 1997 – Amazon geht an die Börse ..... 38

2.2.4 1998 – internationale Expansion und Einstieg ins Musik- und Videogeschäft ..... 39

2.2.5 1999 – Amazon Auctions ..... 39

2.2.6 2000 – Dotcom-Blase und das Wachstum geht weiter ..... 40

2.2.7 2005 – Amazon Prime ..... 40

2.2.8 2006 – Fulfillment by Amazon (FBA) und Amazon Web Services ..... 40

2.2.9	2007 – Kindle .....	41
2.2.10	2007 – Amazon Fresh .....	41
2.2.11	2008 – Frustfreie Verpackung .....	42
2.2.12	2014 – Amazon Business .....	42
2.2.13	2014 – Amazon Echo .....	43
2.2.14	2014 – Prime Now .....	44
2.2.15	2015 – Amazon Launchpad .....	45
2.2.16	2015 – Amazon Dash .....	46
2.2.17	2016 – Amazon Handmade .....	47
2.2.18	2017 – Kauf von Whole Foods Market .....	48
2.2.19	2018 – Kauf von Pillpack, der Online-Apotheke .....	49
<b>2.3</b>	<b>Funktionsweise des Marktplatzes .....</b>	<b>50</b>
2.3.1	Amazon, Seller und Vendoren .....	51
2.3.2	Produkte und Produktnummern .....	54

<b>3</b>	<b>Auswahl der passenden Produkte .....</b>	<b>61</b>
----------	---	-----------

---

<b>3.1</b>	<b>Unzulässige Angebote .....</b>	<b>61</b>
<b>3.2</b>	<b>Beschränkte Kategorien und Produkte .....</b>	<b>62</b>
<b>3.3</b>	<b>Produkte, die von »Versand für Amazon« ausgeschlossen sind .....</b>	<b>63</b>
<b>3.4</b>	<b>Nachfrage- und Wettbewerbssituation .....</b>	<b>64</b>
3.4.1	Bestimmung der Nachfrage .....	65
3.4.2	Bestimmung der Nachfrage im Zeitablauf .....	67
3.4.3	Einschätzung der Wettbewerbssituation .....	70
<b>3.5</b>	<b>Größe und Gewicht .....</b>	<b>74</b>
<b>3.6</b>	<b>Alleinstellungsmerkmal .....</b>	<b>75</b>
<b>3.7</b>	<b>Verbrauchs- vs. Gebrauchsgüter .....</b>	<b>76</b>
<b>3.8</b>	<b>Marken, Gebrauchsmuster und Patente .....</b>	<b>78</b>
<b>3.9</b>	<b>Ermittlung der Profitabilität auf Produktebene .....</b>	<b>80</b>
3.9.1	Kosten für die Beschaffung .....	80
3.9.2	Zusatzkosten, um das Produkt für den Verkauf vorzubereiten .....	81
3.9.3	Verkaufsgebühr von Amazon .....	82
3.9.4	Versandkosten »Versand durch Amazon« .....	84
3.9.5	Lagerkosten »Versand durch Amazon« .....	86
3.9.6	Auswirkungen von Retouren .....	86
3.9.7	Prime durch Verkäufer .....	88

<b>4</b>	<b>Einrichtung des Verkäuferkontos</b>	91
----------	--	----

---

<b>5</b>	<b>Erstellung von Produktlistings und Angeboten</b>	103
----------	---	-----

---

<b>5.1</b>	<b>Die Produktdetailseite von außen betrachtet</b>	103
5.1.1	Bilder	106
5.1.2	Produkttitel	109
5.1.3	Preis	112
5.1.4	Bestseller und Amazon Choice Badges	114
5.1.5	Verfügbarkeit	117
5.1.6	Varianten	118
5.1.7	Highlights	121
5.1.8	Enhanced Brand Content	122
5.1.9	Produktbeschreibung	129
<b>5.2</b>	<b>Recherche passender Suchbegriffe (Amazon SEO)</b>	130
5.2.1	Amazon Suggest	131
5.2.2	Google Keyword-Planer	133
<b>5.3</b>	<b>Erstellung von Angeboten und Produktdetailseiten mithilfe von Seller Central</b>	138
5.3.1	Verkauf eines Fremdproduktes	139
5.3.2	Verkauf eines neuen Produktes ohne Varianten	141
5.3.3	Hinzufügen eines Produktes mit unterschiedlichen Varianten	150
<b>5.4</b>	<b>Erstellung von mehreren Listings mithilfe von Lagerbestandsdateien</b>	152
5.4.1	Herunterladen einer categoriespezifischen Lagerbestandsdatei	153
5.4.2	Erstellung mehrerer Angebote mithilfe der Lagerbestandsdatei	159
5.4.3	Aktualisierung von Katalogeinträgen	167
5.4.4	Hinzufügen von Varianten mithilfe des Varianten-Assistenten	170
5.4.5	Aktualisierung von Preis und Menge bei bestehenden Artikeln	172
<b>5.5</b>	<b>Individuelle Artikel mit Amazon Custom anbieten</b>	176

<b>6</b>	<b>Aufbau von Rezensionen</b>	185
----------	-------------------------------	-----

---

<b>6.1</b>	<b>Darstellung des Bewertungsdurchschnitts (Sterne)</b>	186
<b>6.2</b>	<b>Darstellung des Bewertungsdurchschnitts bei Variantenfamilien</b>	189
<b>6.3</b>	<b>Aktuelle Richtlinien</b>	190

- 6.4 Was ist verboten und erlaubt?** ..... 193
  - 6.4.1 Kunden in einer separaten E-Mail um eine Bewertung bitten ..... 193
  - 6.4.2 Kunden anrufen und um Bewertung bitten ..... 195
  - 6.4.3 Beileger im Paket/beim Produkt ..... 196
  - 6.4.4 Nutzung von Produkttester-Gruppen ..... 197
  - 6.4.5 Nutzung von Bewertungsdiensten ..... 199
- 7 Sendungen an Amazon schicken** ..... 201

---
- 7.1 Voraussetzungen** ..... 201
- 7.2 Vorbereitung der Sendung** ..... 204
  - 7.2.1 Etikettierung der Produkte ..... 204
  - 7.2.2 Verpackung der Produkte ..... 207
  - 7.2.3 Versand über eine Spedition ..... 207
- 7.3 Erstellen eines Anlieferplans** ..... 209
  - 7.3.1 Nutzung des Workflows in Seller Central ..... 209
  - 7.3.2 Nutzung einer Anlieferplan-Datei ..... 217
- 8 Absatzfördernde Maßnahmen** ..... 221

---
- 8.1 Sponsored Products** ..... 221
  - 8.1.1 Nutzen ..... 224
  - 8.1.2 Grundbegriffe ..... 226
  - 8.1.3 Kampagnen strukturieren ..... 229
  - 8.1.4 Sponsored Products Kampagnen anlegen ..... 232
- 8.2 Headline Search Ads (»Sponsored Brands«)** ..... 250
  - 8.2.1 Headline-Search-Ad-Kampagnen anlegen ..... 253
  - 8.2.2 Unterschiede zwischen Sponsored-Products-Anzeigen und Headline Search Ads ..... 265
  - 8.2.3 Kampagnen analysieren und optimieren ..... 266
  - 8.2.4 Werbeberichte ..... 267
- 8.3 Gutscheine und Rabatte** ..... 277
- 8.4 Coupons** ..... 284
- 8.5 Blitzangebote** ..... 290

<b>8.6</b>	<b>Händlershops</b>	295
8.6.1	Händlershop einrichten	298
8.6.2	Statistiken von Händlershops	301
<b>8.7</b>	<b>Spar-Abos</b>	304
<b>8.8</b>	<b>Automatische Preisanpassungen</b>	308
<b>8.9</b>	<b>Amazon Business</b>	313
8.9.1	Vorteile von Amazon Business für Einkäufer	313
8.9.2	Produkte für Amazon Business freischalten	316
8.9.3	B2B-Central	319
8.9.4	Rabatte verwalten	320
8.9.5	B2B-Kennzahlen	321

## **9 Internationales Verkaufen** 323

---

<b>9.1</b>	<b>Verkäuferkonto umstellen</b>	323
9.1.1	Internationaler Versand aus Deutschland, Polen und Tschechien	325
9.1.2	Paneuropäischer Versand	327
9.1.3	Lagerbestand im Marktplatz-Land (MCI)	328
<b>9.2</b>	<b>Produkte für das internationale Verkaufen vorbereiten</b>	328
9.2.1	Erstellung der ausländischen Katalogdetailseiten	329
9.2.2	Erstellung von Angeboten für internationale Katalogartikel	332
9.2.3	Besonderheit Pan-EU-Programm	335
<b>9.3</b>	<b>Internationale Remissionen</b>	338
<b>9.4</b>	<b>Abmelden</b>	341

## **10 Organisation des Tagesgeschäfts** 343

---

<b>10.1</b>	<b>Bestellungen im Eigenversand bearbeiten</b>	344
<b>10.2</b>	<b>Kundenanfragen</b>	346
<b>10.3</b>	<b>Rücksendungen</b>	350
10.3.1	Rücksendungen bei Bestellungen durch Eigenversand	351
10.3.2	Rücksendungen bei Bestellungen durch Versand durch Amazon	355
<b>10.4</b>	<b>Remissionen</b>	356
<b>10.5</b>	<b>Verkäuferleistung im Blick behalten</b>	360

<b>10.6</b>	<b>Verkäuferbewertungen prüfen .....</b>	<b>365</b>
<b>10.7</b>	<b>Produktbewertungen und öffentliche Kundenfragen prüfen .....</b>	<b>367</b>
<b>10.8</b>	<b>Listings überprüfen .....</b>	<b>370</b>

**11 Analyse des Erfolgs** 373

---

<b>11.1</b>	<b>Absatz- und Umsatzentwicklung .....</b>	<b>373</b>
11.1.1	Amazon-eigene Berichte .....	373
11.1.2	Selbst erstellte Berichte .....	377
<b>11.2</b>	<b>Produktanalyse .....</b>	<b>381</b>
<b>11.3</b>	<b>Lagerreichweite .....</b>	<b>385</b>
<b>11.4</b>	<b>Sonstige Berichte .....</b>	<b>393</b>

**12 Marken und Patente** 395

---

<b>12.1</b>	<b>Marken .....</b>	<b>395</b>
12.1.1	Eingriff in fremde Marken .....	396
12.1.2	Anmeldung einer Marke .....	397
<b>12.2</b>	<b>Designs .....</b>	<b>399</b>
12.2.1	Eingriff in geschützte Designs .....	399
12.2.2	Anmeldung von Designs .....	400
<b>12.3</b>	<b>Patente .....</b>	<b>401</b>
12.3.1	Patentrecherche .....	402
12.3.2	Anmeldung von Patenten .....	403
<b>12.4</b>	<b>Durchsetzung von und Verteidigung bei Schutzrechtsverletzungen .....</b>	<b>404</b>
<b>12.5</b>	<b>Amazon Markenregistrierung (Amazon Brand Registry) .....</b>	<b>407</b>
12.5.1	Eine Marke registrieren .....	409
12.5.2	Einen Markenverstoß melden .....	413

## 13 Prozessautomatisierung mithilfe von Schnittstellen 419

---

<b>13.1 Marketplace-Web-Service-Schnittstelle (MWS)</b>	420
13.1.1 Überblick	421
13.1.2 Zugang beantragen	423
13.1.3 Wesentliche Schnittstellen und Berichte	425
13.1.4 Abfragen im Scratchpad testen	432
<b>13.2 Amazon-Advertising-Schnittstelle (AA)</b>	435
13.2.1 Überblick	436
13.2.2 Zugriff beantragen	438

## 14 Einsatz von Warenwirtschaftssystemen 441

---

<b>14.1 JTL</b>	442
14.1.1 Preismodell	444
14.1.2 Installation und einmalige Konfiguration	444
14.1.3 Import bestehender Daten	449
14.1.4 Artikelpflege	453
14.1.5 Erstellung von Angeboten und Produktdetailseiten	457
14.1.6 Waren an Amazon senden	461
14.1.7 Bestellabwicklung	464
14.1.8 Abwicklung von Retouren	466
14.1.9 Datenexport für die Buchhaltung	467
<b>14.2 plentymarkets</b>	468
14.2.1 Preismodell	469
14.2.2 Installation und einmalige Konfiguration	470
14.2.3 Import bestehender Daten	477
14.2.4 Artikelpflege	478
14.2.5 Erstellung von Angeboten und Produktdetailseiten	482
14.2.6 Bestellabwicklung	485
14.2.7 Abwicklung von Retouren und Gutschriften	487
14.2.8 Datenexport für die Buchhaltung	488

<b>15 Einsatz von Drittanbieter-Tools</b>	<b>489</b>
<b>15.1 Amainvoice</b>	<b>489</b>
<b>15.2 AMALYTIX</b>	<b>495</b>
<b>15.3 Sellics</b>	<b>501</b>
<b>15.4 AMALYZE</b>	<b>505</b>
<b>15.5 JungleScout</b>	<b>508</b>
<b>15.6 XRAY</b>	<b>509</b>
<b>15.7 Keepa</b>	<b>511</b>
<b>15.8 camelcamelcamel</b>	<b>511</b>
<b>15.9 Sonar</b>	<b>512</b>
<b>15.10 Sonstige Tools</b>	<b>514</b>
<b>16 Rechtliche Besonderheiten</b>	<b>517</b>
<b>16.1 Erfüllung gesetzlicher Informationspflichten</b>	<b>517</b>
16.1.1 Anbieterkennzeichnung/Impressum	517
16.1.2 Angaben zum Datenschutz	522
16.1.3 Allgemeine Geschäftsbedingungen	524
16.1.4 Besondere Informationspflichten aus Fernabsatzrecht	526
16.1.5 Preisangabenverordnung	531
16.1.6 Zusammenfassung	535
<b>16.2 Wettbewerbsrechtliche Aspekte</b>	<b>536</b>
16.2.1 Nutzung von »Streichpreisen«	536
16.2.2 Hinweis auf »unverbindliche Preisempfehlungen«	537
16.2.3 Nutzung irreführender Produktfotos	538
16.2.4 Anhängen an fremde Angebote	540
16.2.5 Werbung mit Testergebnissen	543
<b>17 Buchhaltung, Umsatzsteuer und Co.</b>	<b>545</b>
<b>17.1 Ermittlung der Umsatzsteuer im Rahmen der Rechnungsstellung</b>	<b>546</b>
17.1.1 Die Rolle des Lagerlandes	546
17.1.2 Überschreitung von Lieferschwelen	547
17.1.3 Zusammenfassung	550



**17.2 Erstellung der korrekten Rechnung ..... 551**

**17.3 Umsatzsteuer-Berechnungsservice von Amazon ..... 552**

**17.4 Unterlagen für den Steuerberater aufbereiten ..... 555**

**17.5 Umsatzsteuerregistrierung im Ausland ..... 558**

**17.6 Abgabe der Umsatzsteuermeldungen und Umsatzsteuerzahlung ..... 559**

**17.7 Sonstige Nachweise und Meldungen ..... 560**

    17.7.1 Grenzüberschreitender Warenverkehr/Zusammenfassende  
            Meldung (ZM) ..... 560

    17.7.2 Qualifizierte Zustellnachweise für Lieferungen in ein  
            Lieferschwellenland ..... 561

    17.7.3 Intrastat-Meldungen ..... 562

  

Abkürzungsverzeichnis ..... 563

Index ..... 565