

Mit Amazon FBA starten: Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung

Disclaimer/Haftungsausschluss: Die Informationen in dieser PDF-Anleitung basieren ausschließlich auf meinem persönlichen Wissen und meinen Erfahrungen. Diese Anleitung stellt keine rechtliche oder steuerliche Beratung dar. Für spezifische rechtliche oder steuerliche Fragen empfehle ich die Konsultation mit qualifizierten Fachexperten:innen.

Die wichtigsten Konzepte kurz erklärt

FBA & FBM

FBA: *Fulfillment by Amazon.* Du schickst deine Waren direkt ins Amazon Lagerhaus und Amazon übernimmt für dich danach gebührenpflichtig die gesamte Logistik, Kundenbetreuung und Retourenabwicklung. Dadurch genießt du höhere Conversion Rates und erreichst Amazon-Prime-Nutzer:innen, die mehr ausgeben.

FBM: *Fulfillment by Merchant.* Du kümmerst dich selbst um Logistik, Kundenbetreuung und Retourenabwicklung.

Amazon-FBA-Voraussetzungen:

- Keine gefährlichen und brennbaren Produkte.
- Keine verderblichen Güter und Produkte mit Haltbarkeitsdatum.
- Keine schweren Produkte: Einzelne Produkte, die mehr als 30 kg wiegen oder Kartons mit verschiedenen Artikeln über 15 kg.
- Kein Alkohol, keine Tabakwaren und keine Waffen.
- Das Produkt muss in ein einzelnes Paket passen, sonst kann Amazon die Pakete im Lagerhaus nicht korrekt zuordnen.

Buy Box, Listing Hijacking & Private Labeling

Buy-Box / Einkaufswagenfeld: Ein Produkt darf nur ein einziges Listing haben, auf dem mehrere Anbieter:innen um das Einkaufswagenfeld konkurrieren.

Listing Hijacking: Ein:e Anbieter:in verkauft über dein Listing gefälschte Versionen deines Produktes.

Private Labeling: Du hast ein Produkt, über das niemand anderes verfügt. Als Besitzer einer Wortmarke oder Wortbildmarke darfst du diese in die [Amazon-Brand-Registry](#) eintragen und zusätzliche Features bei FBA genießen. Dazu gehört ein bedingter Schutz gegen Listing Hijackers.

← Zurück zu den Ergebnissen

1) Buy Box / In den Einkaufswagen
2) Angebote anderer Anbieter

2

Bild 1: Listing von Davidoff Cool Water Intense, Quelle: Amazon

Retail Readiness: Wie kann ein gutes Produkt-Listing erreicht werden?

Folgende Elemente musst du bei deinem [Produkt-Listing optimieren](#):

- **Produktbilder:** Zeige dein Produkt und dessen wichtigsten Merkmale mit [professionellen und klaren Produktbildern](#) aus unterschiedlichen Ansichten. Amazon präferiert ein Verhältnis von 1.000x1.000 Pixeln. Es sind mindestens vier Bilder zu empfehlen, darunter ein Hauptbild, ein Bild mit dem Lieferumfang und zwei weitere alternative Bilder.
- **Produktvideo:** Optional, aber empfehlenswert, weil dadurch ein besseres Verständnis für die Funktionsweise des Produktes vermittelt werden kann.
- **Titel:** In bis zu 200 Zeichen musst du die wichtigsten Keywords für das Produkt klar und prägnant sowie ohne Wiederholungen und Keyword-Stuffing formulieren. Auf

Bild 1 ist eine hilfreiche Struktur zu erkennen: Marke (Davidoff) + Produktname (Cool Water Intense) + Produktkategorie (Eau de Parfum) + Geschlecht (Man) + Merkmal (aromatisch-frisch) + Synonym (Herrenduft).

- **Bullet Points:** Versuche hier in bis zu 1.000 Zeichen die fünf USPs deines Produktes sowie die Vorteile, die sich für den Nutzer aus dem Kauf ergeben, zu kommunizieren. Auch Warnhinweise gehören dazu. Häufig bezieht sich der letzte Bullet Point auf die Eignung des Produktes als Geschenk, wie aus Schaubild 2 zu entnehmen ist. Amazon lässt bis zu 15 Wörter / 500 Zeichen pro Aufzählungspunkt zu, wobei 150 Zeichen als optimale Länge empfohlen werden.
- **Beschreibung:** In bis zu 2.000 Zeichen vermittelst du in kurzen Sätzen die wichtigsten Produktmerkmale, wie Größe und Farbe.
- **A+ Content:** Durch die Eintragung im Markenregister kann man die standardmäßige Beschreibung durch eine visuell ansprechende Beschreibung ersetzen, die sehr gut für die Bildung einer Markengeschichte geeignet ist.
- **Kundenbewertungen und Rezensionen:** Ein Listing gilt ab einem Rating von 3,5 Sternen und 15 Kundenreviews als *retail-ready*.
- **Verfügbarkeit:** Vermeide ausverkauft zu werden. Dazu kann dir die Erstellung eines Versandplans und das Einrichten von Alarmen für Bestandsgrenzwerte innerhalb des Seller Central behilflich sein.
- **Backend Keywords:** Das einzige Element hier, das nicht direkt zur *Retail Readiness* gehört, dennoch wichtig für die Erstellung eines optimalen Listings ist. Dies liegt daran, dass Backend Keywords vom [Amazon-Ranking-Algorithmus](#) indexiert werden und dadurch die organische Reichweite erhöht werden kann. Lege im Backend wichtige Synonyme und Abkürzungen (bis zu 250 Bytes) an, die nicht im Titel oder in den Bullet Points vorkommen. Dabei solltest du beachten, dass momentan eine Einschränkung von 250 Bytes für Deutschland gilt. Und vermeide auf jeden Fall ASINs und Marken von Wettbewerbern!



1) Hauptbild
2) Produktbilder
3) Produktvideo
4) Titel
5) Ratings
6) Beschreibung
7) Bullet Points
8) Verfügbarkeit

Bartöl (50ml) · BROOKLYN SOAP COMPANY · Bart Öl für die tägliche Bartpflege von 3-Tage-Bart oder Vollbart · Beard Oil als Geschenk für Männer und für die Reise ✓

Marke: Brooklyn Soap Company

4,5 ★★★★★ ~ 3.331 Sternebewertungen | 14 beantwortete Fragen

Amazons Tipp für "bartöl"

2000+ Mal im letzten Monat gekauft

Preis: 7,55€ (151,00€ / l)

Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. [Weitere Informationen.](#)

Spare bis zu 4% mit Preisen für Unternehmenskunden. Registriere dich für ein kostenloses Amazon Business-Konto

Produktvorteile	Bartpflege
Haartyp	Mittellang
Materialtyp Frei	Alkoholfrei
Duft	Gin Tonic
Form	Öl
Marke	Brooklyn Soap Company
Anzahl der Artikel	1

[✓ Mehr anzeigen](#)

Info zu diesem Artikel

- ✓ **PERFEKTES STYLING:** Das Bart Öl macht deinen Bart weicher und geschmeidiger und lindert den Juckreiz. Deine Barthaare werden weniger widerspenstig und lassen sich so z.B. mit unserem Bartwachs perfekt in Form bringen. Unsere Produkte sind für die tägliche Pflege geeignet.
- ✓ **EINFACHE HANDHABUNG:** Die Anwendung ist simpel: Einfach mit dem Pumpsender 2-3 Tropfen in den Händen verreiben und in den Bart einmassieren. Der Duft nach Zitrone, Rosmarin und Lavendel verleiht ein angenehmes und belebendes Gefühl und pflegt die Gesichtshaut.
- ✓ **UNIVERSELL:** Egal ob 3-Tage-Bart, mittellang, Schnauzer, Moustache oder Vollbart, unsere Pflegeprodukte pflegen Deinen Bart unabhängig davon, wie Du ihn trägst. Vergiss nicht: Nur ein gepflegter Bart ist ein guter Bart.
- ✓ **NATURPRODUKTE:** Wir verwenden für unsere Produkte ausschließlich natürliche Inhaltsstoffe und stellen sie MADE IN GERMANY her. Besonders wichtig ist uns, dass unsere Produkte nicht an Tieren getestet werden. Alle Produkte können deshalb mit einem guten Gewissen genutzt werden.
- ✓ **GESCHENKEBOX:** Die Flasche hat ein schlichtes Design und ist mit dem Pumpsender super praktisch. Ob zu Weihnachten, zum Vatertag, als Mitbringsel zum Grillen oder zum Geburtstag für jemanden der schon alles hat – das perfekte Männergeschenk im Badezimmer oder für unterwegs. Mit unserem 2er oder 3er Pack kannst du noch zusätzlich sparen

Lieferung Abholung

Spar-Abo **5%** 15%

7,55€ (151,00€ / l)

Spare jetzt 5% und bis zu 15% bei regelmäßiger Lieferung.

- keine Gebühren
- jederzeit kündbar

[Weitere Informationen](#)

Lieferung am Sa. 27. Jan.

Auf Lager

Menge: 1

Lieferintervall:
3 Monate (Am häufigsten)

Jetzt einrichten

Automatische Lieferungen, die von Amazon.de verkauft werden.

Einmalige Lieferung

7,95€ (159,00€ / l)

KOSTENFREIE Retouren

GRATIS Lieferung Samstag, 27. Januar für qualifizierte Erstbestellung

Oder schnellste Lieferung
Freitag, 26. Januar. Bestellung innerhalb 2 Std. 46 Min.

Auf Lager

Versand Amazon
Verkäufer Amazon
Rückgaben Retournierbar innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt
Zahlung Sichere Transaktion

Bild 2: Retail-Ready PDP eines Bartöls, Quelle: Amazon

Kundenbewertungen und Rezensionen - Bedeutung und Steuerungsmöglichkeiten

Es ist dir sicherlich gerade klar geworden, wie bedeutend Kundenbewertungen für Amazon sind. Sie spielen sogar eine wichtige Rolle im Algorithmus und durch ihre Optimierung kann man eine höhere organische Reichweite erreichen. Die Teilnahme an Prime Deals ist ebenfalls von ihnen abhängig. An dieser Stelle möchte ich jedoch betonen, dass sie nicht manipuliert werden dürfen. Im Internet gibt es viele Tipps, deren Umsetzung eher zu einer Sperre durch Amazon führen kann.

Unter Berücksichtigung der [Richtlinien](#) rate ich dir von Folgendem ab:

- Das Sammeln von Bewertungen und Produktrezensionen durch Bekannte, Freund:innen und andere Personen mit Interessenkonflikten.
- Die Verwendung von Produktbeilagen, die Käufer:innen um eine (positive) Bewertung bitten.
- Das Senden von personalisierten Bewertungsanfragen per E-Mail.
- Das Anbieten von monetären Vorteilen und Geschenken gegen Bewertungen und Rezensionen.

Die Idee hinter Kundenbewertungen besteht darin, Vertrauen und Glaubwürdigkeit zu vermitteln. Sie sollen als Feedback für Verbesserungen angesehen werden. Für Amazon FBA Verkäufer:innen ist die Teilnahme an [Amazon Vine](#) die einzige richtlinienkonforme Alternative mehr Bewertungen (gegen eine Gebühr von 170€ pro übergeordneter ASIN) zu generieren. Die Voraussetzungen hierfür sind die Eintragung in die Brand Registry sowie das Vorliegen von maximal 30 Rezensionen auf der PDP. Es sei aber gesagt, dass Amazon deine Käufer:innen ohnehin regelmäßig daran erinnert, eine Produktbewertung abzugeben. Du wirst also schon durch das bloße Verkaufen mehr Bewertungen und Rezensionen generieren.

Sales Velocity und andere wichtige KPIs

Sales Velocity: Je mehr du verkaufst, desto besser wird deine organische Reichweite, weil der Amazon Algorithmus die sog. *Sales Velocity* als eine sehr wichtige Komponente betrachtet. Die Sales Velocity setzt sich aus deinen **Bestellungen** und deinem **Umsatz** zusammen.

Conversion Rate (CR): Priorisiere bei deinen Werbekampagnen die Produkte mit den höchsten CR. [Die Benchmark-CR für Deutschland beträgt knapp 10%.](#)

Best-Seller-Rank (BSR): Die Wettbewerbsmetrik, die angibt, wie gut sich dein Produkt im Vergleich zu anderen Produkten derselben Kategorie verkauft. Der BSR hat keinen direkten Einfluss auf deine organischen Rankings, ist jedoch auch von deiner Sales Velocity abhängig.

Gewinnmarge: Die Differenz zwischen deinen Umsätzen und Kosten. Kevin King schlägt in seinem Helium-10-Videokurs folgende Faustregel vor:

- $\frac{1}{3}$ des Verkaufspreises dient der Deckung der Herstellungs- und Logistikkosten.
- $\frac{1}{3}$ geht an Amazon.
- $\frac{1}{3}$ stellt deinen Gewinn dar.

Der Anteil von Amazon setzt sich wie folgt zusammen:

- [Vermittlungsprovision](#): Bei den meisten Produktkategorien liegt sie bei 15%, bei manchen nur bei 7% - 8%. Vermeide die Kategorie *Zubehör für Amazon-Geräte*, wo sogar 45% Verkaufsgebühren fällig sind.
- [Versand und Lagergebühren für FBA](#): Abhängig vom Produkttyp, der Größe und dem Gewicht. Es ist wichtig zu berücksichtigen, dass die Lagergebühren im letzten Jahresquartal teurer sind.
- Zusätzliche Gebühren: Beispielsweise für [Lagerbestand](#) oder [Remissionsaufträge](#).
- [Strafgebühren für niedrigen Lagerbestand](#): Sie werden ab Q2 2024 nur für Produkte in Standardgröße mit paneuropäischem Versand gelten.
- **Werbekosten**: Daraus folgt, dass du auch eine Profitabilitätsmetrik berücksichtigen solltest. [Am besten eignet sich dafür die TACoS](#), die deine Werbekosten im Verhältnis zum Gesamtumsatz berücksichtigt.

Amazon FBA Schritt-für-Schritt-Anleitung

Jetzt kennst du die wichtigsten Grundlagen und bist gut auf deinen Amazon FBA Einstieg vorbereitet. Am Anfang wird es eine Menge bürokratische Hürden geben, die du parallel erledigen kannst. Dementsprechend kann sich dein eigener Amazon-FBA-Ablauf leicht von dieser Anleitung unterscheiden.

Schritt 1: Produktrecherche, Keywordrecherche & Nachfrageabschätzung

Falls du bereits ein Produkt hast, kannst du die Nachfrage von bestehenden Konkurrenzprodukten ganz einfach mithilfe der kostenlosen Chrome Extensions [Helium 10](#) und [Analyze](#) abschätzen.

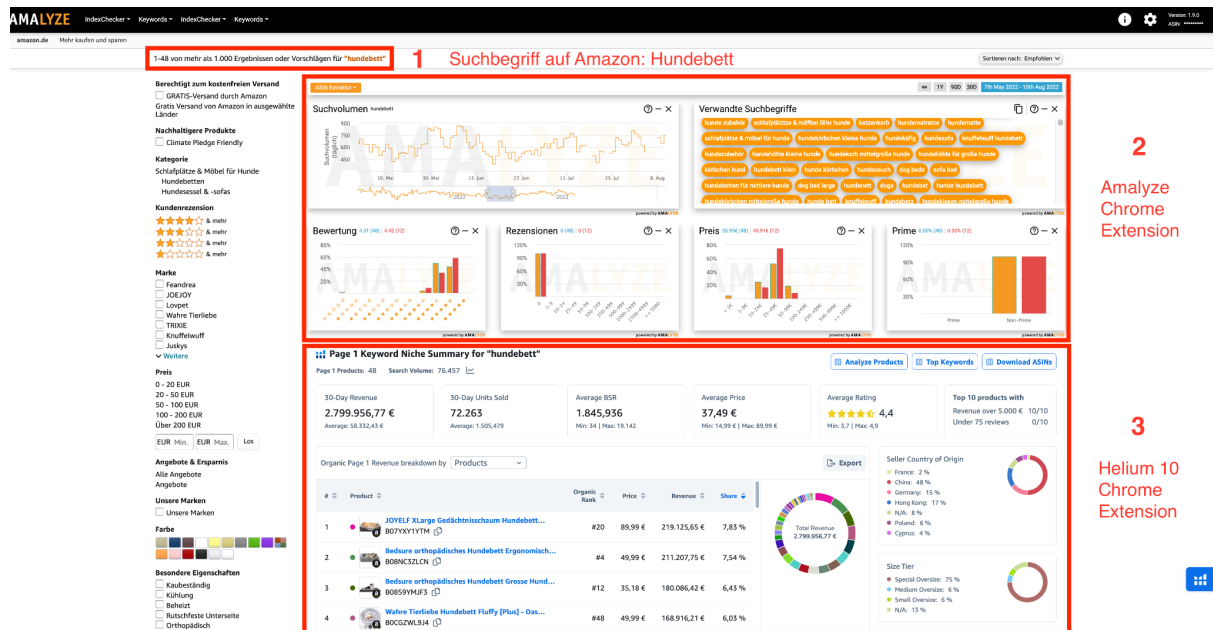


Bild 3: Output der Chrome-Extensions Helium 10 und Analyze, Quelle: Amazon

Falls du noch keine Produktidee haben solltest, dann empfehle ich [Helium 10](#). Das Tool hat mehr Features als die Extensions und den zusätzlichen Vorteil, dass die kostenpflichtigen Versionen (ab 29\$ monatlich) einen sehr detaillierten Videokurs für Amazon FBA namens "Freedom Ticket" beinhalten, der sich ideal für die Schulung von Anfänger:innen eignet.

Mit dem *Black Box* Feature von Helium 10 kannst du außerdem viele Produkte mit Potenzial entdecken, indem du direkt nach Produkten, Keywords, Händler:innen, Nischen oder Produkt-Targetings suchst. Die ersten zwei Optionen sind die gängigsten.

The screenshot shows the Helium 10 product research filter interface. It is divided into several sections:

- Find products on:** A dropdown menu set to 'www.amazon.de'.
- Product:** A section with filters for Category & Subcategory, Review Count, Review Rating, Best Seller Rank (BSR), Shipping Size, Weight, Fulfillment, Number of Images (highlighted with a red box and labeled '1'), Title Keywords, and Listing Age.
- Competitors:** A section with filters for Number of Sellers (highlighted with a red box and labeled '2'), Exact Brand Search, Exact Seller Search, Exclude Brands, and Exclude Seller.
- Sales:** A section with filters for Price (highlighted with a red box and labeled '3'), Monthly Revenue (highlighted with a red box and labeled '4'), Monthly Sales (units) (highlighted with a red box and labeled '5'), Sales Change, Sales Year over Year, Best Sales Month, and Sales to Reviews Ratio.

 At the bottom, there are buttons for 'Save as Filter Preset', 'Clear', and 'Search'.

Bild 4: Filter für die Produktrecherche, Quelle: Helium 10

Mit dem Helium 10 *Black Box* habe ich 200 Produkte entdeckt, die folgende Kriterien erfüllen:

1. Nur zwei Produktbilder sind angelegt, was ein Indiz dafür ist, dass die Listings nicht optimiert sind.
2. Nicht mehr als vier Händler:innen kämpfen um die Buy Box.
3. Der Verkaufspreis liegt zwischen 15€ und 30€.
4. Es besteht ein monatlicher Umsatz von mindestens 5.000€, was dafür spricht, dass ausreichend Nachfrage besteht.
5. Das Maximum verkaufter Einheiten liegt unter 500. Mit diesem Kriterium lässt sich sicherstellen, dass eventuelle Großhandelsprodukte ausgeschlossen werden.

Sobald du ein Produkt gefunden hast, kannst du dir mithilfe der Chrome-Extension von Helium 10 direkt Hersteller:innen bei [Alibaba](#) aussuchen und Produkte für Amazon FBA einkaufen.

Schritt 2: Amazon FBA Gewerbeanmeldung

Um dich bei Amazon FBA registrieren zu dürfen, musst du zunächst ein Unternehmen gründen. Welche Rechtsform sich am besten für dich eignet, hängt vor allem von deinem Startkapital, deinen Risikopräferenzen und der jährlichen Gewinnerwartung aus deiner E-Commerce-Tätigkeit ab.

Die gängigsten Optionen in Deutschland sind Einzelunternehmen, UG und GmbH.

Die Gründung eines Einzelunternehmens ist schnell und erfordert kein Mindestkapital. Die Gebühren sind in der Regel im zweistelligen Bereich, z. B. kostet die Gewerbeanmeldung für Düsseldorf aktuell nur 26€. Ein großer Nachteil ist jedoch die persönliche Haftung mit dem gesamten Privatvermögen, was ein erhebliches Ruinrisiko darstellen kann.

UGs und GmbHs hingegen sind haftungsbeschränkt, was die hohe Beliebtheit erklärt. Die Gründung ist jedoch aufwendiger und kostspieliger. Die Gründung einer UG ist bereits mit einer Stammeinlage ab 1€ möglich, während die GmbH 25.000€ erfordert.

Egal, für welche Rechtsform du dich entscheidest, achte darauf, dass du mit deinem Unternehmensnamen keine Urheberrechte von Wettbewerbern verletzt. Ansonsten könnten sie eine Umbenennung erzwingen, was zusätzlichen Aufwand bei Amazon verursachen kann – eine Situation, die ich bereits in einigen Projekten erlebt habe.

Schritt 3: Umsatzsteueridentifikationsnummer holen

Nach der Gewerbeanmeldung solltest du dich um die steuerlichen Themen kümmern und dir eine Umsatzsteuer-ID holen, die du auch für FBA benötigst. Du solltest online über Elster den [Fragebogen zur steuerlichen Erfassung für Einzelunternehmen](#) ausfüllen, welcher seit 2021 zwingend elektronisch übermittelt werden muss.

Im Fall, dass du bereits ein Unternehmen im EU-Ausland registriert hast, solltest du dich trotzdem für die Umsatzsteuer in Deutschland anmelden, falls dein deutscher Fernabsatz über 100.000€ liegt.

Schritt 4: Geschäftskonto eröffnen mit belastbarer Kreditkarte

Für Einzelunternehmer:innen besteht keine Pflicht, ein Geschäftskonto zu eröffnen, aber ich würde es dir herzlich empfehlen. Dadurch wirst du dir und allen Parteien mit berechtigtem Interesse einen besseren Überblick über deine Transaktionen verschaffen.

Ein Blick auf Ratgeberseiten wie [Finanztip](#) und Vergleichsportale kann dir bei deiner Wahl eines Geschäftskontos hilfreich sein. Grundsätzlich bieten Banken unterschiedliche Kontomodelle an, bei denen entweder die Grundgebühr oder die Gebühren einzelner Buchungen höher ausfallen. Die monatlichen Grundgebühren variieren üblicherweise zwischen 10€ und 50€.

Sehr wichtig ist, dass Amazon eine belastbare Kreditkarte anfordert. Eine reguläre Kreditkarte wird dir im Vergleich zur Prepaid-Kreditkarte nicht nur günstigere Konditionen anbieten, sondern auch Finanzpuffer. Bei deiner Liquiditätsplanung ist es wichtig zu beachten, dass Amazon dein Guthaben alle zwei Wochen verrechnet.

Auf lange Sicht könntest du eine Mehr-Konten-Strategie in Erwägung ziehen, um durch Automatisierung der Zahlungsströme eine effektivere Kostenkontrolle zu gewährleisten. Bei dieser Strategie könntest du beispielsweise ein Konto ausschließlich für Abrechnungen mit Amazon, ein weiteres für Warenbestellungen und ein drittes für Steuerpuffer verwenden.

Schritt 5: Betriebshaftpflichtversicherung abschließen

Meiner Meinung nach ist der Abschluss einer Betriebshaftpflichtversicherung für Gründer:innen ein Muss, insbesondere falls du dich für ein Einzelunternehmen entscheidest und mit deinem Privatvermögen haftest. Bei der Wahl der optimalen Versicherung kann dir ein/e Honorarberater:in behilflich sein. Ansonsten gehst du das Risiko ein, dass dir die Versicherung mit der höchsten Maklerprovision verkauft wird.

Schritt 6: EORI-Nummer

Im Fall, dass du deine Produkte aus Ländern außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums importieren möchtest, werden Zölle fällig. Deswegen solltest du dir vorab kostenlos eine EORI-Nummer von der [Generalzolldirektion](#) besorgen. Dies geht schnell online über das [Zoll-Portal](#).

Schritt 7: Prüfzertifikate sichern / Richtlinien für Verbraucherschutz beachten

Durch den Warenimport außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums wirst du automatisch als Hersteller:in betrachtet und somit für die Produktsicherheit verantwortlich. Folglich solltest du sicherstellen, dass deine Produkte verbraucherschutzkonform sind und die erforderlichen Zertifikate besitzen. Beispielsweise unterliegen Verbraucherprodukte, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen oder zur Körperpflege bestimmt sind, sowie Spielwaren und viele andere, den Verordnungen des [Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuchs \(LFGB\)](#). Für diese Produkte ist das entsprechende Zertifikat erforderlich. Beim Import aus EU-Ländern könntest du Kosten für Zertifikate sparen, wenn der/die Hersteller:in bereits im Besitz eines solchen Zertifikats ist.

Schritt 8: GTINs beantragen & Barcodes erzeugen

Damit Amazon im Logistikzentrum deine Produkte korrekt zuordnen kann, solltest du Barcodes haben. Die Basis von Barcodes bilden die sog. GTINs (Global Trade Item Number). Der offizielle Anbieter für Deutschland ist [GS1](#).

Beachte dabei: Jede Produktvariation benötigt eine eigene GTIN. Ein Kleid in jeweils fünf Größen und drei Farben verursacht Kosten für 15 GTINs. Im günstigsten Paket mit bis zu 5 GTINs sind nur einmalige 35€ pro GTIN fällig.

Schritt 9: WEEE-Nummer beantragen: Registrierung bei der Stiftung ear (nur für Elektro- und Elektronikgeräte)

Falls du Elektro- oder Elektronikgeräte verkaufen möchtest, solltest du dich bei der [Stiftung ear](#) anmelden. Ohne eine WEEE-Nummer, die deine sachgemäße Entsorgung von Altgeräten nachweist, wird Amazon deine Listings nicht freischalten. Die Bearbeitungszeit liegt zwischen acht und zehn Wochen und kostet mindestens 191,50€, was jedoch deutlich höher ausfallen kann. Daher wäre es ratsam, dass du dich bei deiner anfänglichen Produktrecherche für eine andere Produktkategorie entscheidest.

Schritt 10: Marke für Amazon FBA eintragen

Für die Amazon-Brand-Registry benötigst du eine angemeldete oder eingetragene Marke. Amazon akzeptiert entweder textbasierte Marken (Wortmarke) oder bildbasierte Marken mit Wörtern, Buchstaben oder Zahlen (Wort-Bildmarke). Reine Bildmarken sind nicht ausreichend.

Die Marken Anmeldung erfolgt gegen eine amtliche Gebühr von 290€ über das [Deutsche Patent- und Markenamt \(DPMA\)](#) für Marken, die nur innerhalb Deutschlands geschützt werden sollen. Alternativ fallen mindestens 850€ Gebühren über das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) für Unionsmarken an, die in allen EU-Mitgliedsländern gelten sollen.

Das Verfahren dauert mehrere Monate, aber bei Amazon reicht auch eine ausstehende Markenmeldung, die du über [Amazon-IP-Accelerator](#) einreichen kannst.

Schritt 11: Webseite erstellen & Präsenz auf sozialen Medien aufbauen

Du kannst deine [Amazon Rankings verbessern](#), indem du externen Traffic auf deine PDPs leitest. Deswegen ist es empfehlenswert, dass du eine informative Webseite sowie eine Unternehmensseite auf den jeweiligen sozialen Medien erstellst.

Schritt 12: Amazon-Verkäuferkonto erstellen & Tarif wählen

Wenn alle Vorbereitungen außerhalb des Marktplatzes abgeschlossen sind, kannst du Amazon FBA einrichten. Zunächst solltest du im [Seller Central](#) ein Amazon-Verkäuferkonto registrieren. Bei der Registrierung stehen dir zwei Verkaufstarife zur Auswahl:

- *Einzelanbieter* bietet sehr eingeschränkte Features gegen monatliche 0,99€ und ist nur dann empfehlenswert, wenn man unter 40 Artikel pro Monat verkauft.
- *Professionell* kostet 39€ monatlich und ist meine klare Empfehlung. Nur mit dieser Tarifoption kannst du Werbung schalten.

Schritt 13: Amazon-Brand-Registry Anmeldung

Als Inhaber einer Wort- oder Wortbildmarke solltest du dich als Nächstes bei der [Amazon-Brand-Registry](#) anmelden, damit du von folgenden essenziellen Features Gebrauch machen kannst:

- Brand Store.
- Sponsored-Brands-Kampagnen.
- A+ Content.
- A/B-Testing von Titeln.
- Listings, die nicht durch andere Händler:innen editiert werden können.

Beachte, dass deine Marke entweder auf den Produkten oder auf den Verpackungen sichtbar sein muss. Amazon erfordert hierfür auch bildliche Nachweise.

Schritt 14: Produktbilder & Produktvideo aufnehmen

Bevor du ein Listing erstellst, solltest du ansprechende Produktbilder auf weißem Hintergrund gestalten lassen, idealerweise durch professionelle Fotograf:innen und Grafikdesigner:innen. Produktbilder spielen eine sehr wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung von Nutzer:innen und im Vergleich zu den Produktbewertungen hast du hier deutlich mehr Kontrolle. Deswegen lohnt es sich, in eine hohe Qualität zu investieren.

Neben dem Hauptbild darfst du pro Produkt bis zu acht alternative Bilder hochladen. Verpasse auch nicht die Möglichkeit, ein Video zur Veranschaulichung der Funktionsweise deines Produktes aufzuzeichnen, was zusätzlich mehr Emotionen als Bilder vermittelt.

Schritt 15: Listing erstellen

Erstelle im Seller Central deine ersten Listings und achte darauf, die korrekte Produktkategorie auszuwählen.

Bei Amazon gibt es eine *Honeymoon-Phase*, in der neue Produkte zwischen zwei und vier Wochen bessere organische Rankings genießen. Basierend auf deiner Keyword-Recherche solltest du von Anfang an möglichst optimierte Titel, Bullet Points, Beschreibungen und A+ Content erstellen. Sowohl [Analyze](#) als auch [Helium 10](#) bieten sehr umfangreiche Listing Builder an, mit denen du schnell alles vorbereiten und bei Amazon hochladen kannst.

Falls du mit dem gleichen Produkt in unterschiedlichen Größen und Farben startest, empfiehlt es sich, mit Produktvariationen im selben Listing zu arbeiten. Dadurch machst du es deinen Kund:innen nicht nur leichter, sondern kannst auch Bewertungen und Rezensionen aggregieren und so deine organischen Rankings verbessern.



Bild 5: Wie lädt man die Listings hoch, Quelle: Amazon

Schritt 16: Produkte an Amazon versenden

Unter *Gesamten Lagerbestand verwalten* kannst du deine fertigen Listings auf *Versand durch Amazon* umstellen. Erfahrungsgemäß sollte die Verpackung auf den Produktbildern auch mit der tatsächlichen Verpackung übereinstimmen, sonst riskierst du Warenablehnungen. Das Gleiche gilt für Barcodes – achte darauf, dass jedes Produkt korrekt beklebt ist.

Lagerbestand verwalten [Weitere Informationen](#)

Zu 'Versand durch Amazon' ändern

Zu "Versand durch Händler" ändern

Artikel an Amazon senden/ergänzen

Alarm für Bestandsgrenzwerte definieren\n

Preishit übernehmen

Remissionsauftrag erstellen

Versandauftrag erstellen

Artikeletiketten drucken

Angebote schließen

Produkte und Angebote löschen

Produkt bewerben

BN, ASIN :

Suchen

Inaktiv ☐ Unvollständig ☐

otsnummer

Produktname/
ASIN

☒ Aktiv

BEWERTUNG X

Bild 6: Umstellung auf FBA, Quelle: Amazon

Schritt 17: Werbekampagnen launchen

Um das Maximum aus der Honeymoon-Phase zu holen, solltest du direkt mit Werbekampagnen starten. Es gibt unterschiedliche [Amazon-PPC-Strategien](#), aber zum Anfang würde ich dir Folgendes empfehlen:

- Starte mit Sponsored-Products-Kampagnen mit Exact-Match-Keyword-Targeting, die du nach Brand, Competitor und Generic segmentierst.
- Eine Sponsored-Products-Kampagne mit Auto-Targeting, geringem Budget und niedrigen CPCs eignet sich sehr gut für Forschungszwecke.
- Verteidige deine Marke durch doppelte Anzeigenplatzierung, indem du eine Sponsored-Brands-Kampagne mit Keyword-Targeting auf deine eigenen Brand-Keywords implementierst.

Schritt 18: Brand Store erstellen

Die nachfolgenden Schritte sind anfangs optional, aber langfristig sinnvoll. Erstelle einen Brand Store, um eine einheitliche Markengeschichte zu erzählen und effizientes Cross Selling zu betreiben. Den Traffic über Sponsored Brands kannst du dann auf den Brand Store verlinken statt auf selektierte Produkte.

Schritt 19: Bidding Tool anschließen

Bei einem gelungenen Amazon-FBA-Einstieg wirst du nach ein paar Monaten feststellen, dass manuelles Bidding bei Werbekampagnen zeitaufwendig und nicht effizient ist. Das ist der perfekte Zeitpunkt, um auf automatisiertes Bidding zu setzen.

Da Amazon keine vernünftige Eigenlösung anbietet, solltest du unbedingt mit einem [Vergleich von Amazon-PPC-Tools](#) anfangen. In Deutschland gibt es zwei erstklassige Anbieter, mit denen du kostenlose Demos vereinbaren kannst: [Adspert](#) und [Adference](#). Überlege dir, welche Features für deine Kampagnen relevant sind und entscheide dich nach einer gründlichen Kosten-Nutzen-Analyse, mit welchem Anbieter du eine Testphase durchführen möchtest. Schließe längere Verträge nur dann ab, wenn die Daten aus der Testphase dafür sprechen!

Schritt 20: Transparency-Programm

Trotz der Anmeldung im Markenregister kann es dazu kommen, dass unautorisierte Händler:innen deine Buy Box erobern, weil sie deine Produkte vorrätig haben und dich unterbieten. Eine reaktive Beschwerde über die Brand-Registry kann mehrere Wochen dauern, weswegen es sinnvoll ist, wenn du dich auch für das [Transparency-Programm](#) registrierst.

Durch das Kaufen und Anbringen spezieller einmaliger Codes auf deine Waren kannst du präventiv alle Hijackers von deinen Listings entfernen. Amazon wird dann nur noch Pakete mit gültigen Transparency Codes akzeptieren.

10 Best Practices für den Start mit Amazon FBA

Wenn ich mich auf nur zehn bewährte Praktiken beschränken müsste, wären sie die folgenden:

1. **Warte ab, bis du das richtige Produkt gefunden hast:** Wähle eine Nische aus, wo es bereits Nachfrage gibt, wo die Konkurrenz jedoch nicht gut aufgestellt ist. Biete ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis an!
2. **Vermeide unnötige Risiken:** Kündige deinen bestehenden Job nicht, bevor dein Amazon-FBA-Shop mehrere Monate erfolgreich gelaufen ist. Riskiere kein Geld, das du dir nicht leisten kannst, zu verlieren. Achte darauf, dass du kein Ruinrisiko eingehst, bei dem du dein ganzes Vermögen verlieren könntest.
3. **Vermeide unnötige Kosten:** Von Kontogebühren bis hin zu Toolkosten: Jeder zusätzliche Euro verringert deine Gewinnmarge. Nutze, wenn möglich, Online-Vergleiche und Aktionen, um die besten Konditionen zu finden. Vereinbare Demos, teste Tools kostenlos an und versuche durch proaktive Verhandlungen bessere Konditionen zu bekommen.
4. **Verfolge eine Private-Label-Strategie:** So kannst du dir die Buy Box sichern, ohne in Preiskriege zu geraten. Laut [Kevin King](#) erzielt diese Strategie problemlos Nettomargen zwischen 20% und 30%.
5. **Starte mit wenigen Produkten:** Baue dein Sortiment langsam aus, um deine Ressourcen nicht zu überdehnen.
6. **Vermeide, ausverkauft zu werden:** Ansonsten könnte es dich mehrere Monate kosten, organischen Traffic und Sales wiederaufzubauen. Dein Amazon-FBA-Startkapital sollte dreimal höher als die erste Warenlieferung sein, damit du bei Bedarf schnell neue Waren nachbestellen kannst.
7. **Hole das Maximum aus der Honeymoon-Phase heraus:** Versuche, optimale Listings zu erstellen, bevor deine Waren im Amazon-Lager eingetroffen sind. Starte sofort mit den Werbekampagnen und leite, wenn möglich, auch externen Traffic auf deine Listings.
8. **Denke langfristig und riskiere keinesfalls, eine Sperre zu bekommen:** Spiele nach den Regeln, vermeide die Verlinkung externer Webseiten und die Manipulation von Bewertungen und Rezensionen.
9. **Betrachte deine Werbekampagnen holistisch:** Sie generieren Verkäufe, die in deine Sales Velocity einfließen und zum organischen Erfolg der Listings beitragen. SEO und PPC können nicht, wie üblicherweise, getrennt voneinander betrachtet werden.

10. **Kontinuierliches Monitoring und Optimierung:** “Set and forget” ist keine gute FBA-Strategie. Checke deine Listings und diese anderer Wettbewerber:innen regelmäßig. Implementiere A/B-Tests über die Amazon-Brand-Registry.