



Europäischer Verkaufspartner-Bericht 2021



Veröffentlichungsdatum: Juli 2022

Einführung

Wir bei Amazon sind stolz darauf, unseren europäischen Verkaufspartnern zu helfen erfolgreich zu sein, indem wir es ihnen so leicht wie möglich machen, online zu verkaufen und ihr Geschäft von zu Hause aus auf die ganze Welt auszuweiten.

Unser Erfolg ist abhängig vom Erfolg unserer Verkaufspartner. Mehr als die Hälfte aller bei Amazon bestellten Produkte werden von Drittanbietern verkauft, und viele von diesen sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU).

Der vorliegende Bericht eröffnet Einblicke in unsere Beziehung zu unseren europäischen Verkaufspartnern – wie wir in ihr Wachstum investiert haben und wie wir sie beim Verkauf bei Amazon unterstützen.

Wir arbeiten ständig an Verbesserungen und möchten sicherstellen, dass unsere Verkaufspartner unsere Dienste reibungslos nutzen können. Wir wollen das Verkaufen bei Amazon so angenehm und reibungslos wie möglich gestalten, damit unsere Verkaufspartner mit Amazon in Europa und auf der ganzen Welt weiterhin wachsen können.

Amazons Investitionen und Wachstum in Europa

Die erste Investition von Amazon in Europa liegt mehr als 20 Jahre zurück. Im Laufe der Jahre haben wir enorm in den Aufbau unserer Geschäfte in 20 EU-Mitgliedstaaten und in Großbritannien investiert.

Allein in den letzten zehn Jahren (2010 bis 2020) haben wir mehr als 100 Milliarden Euro für das Wachstum von Amazon in der EU und Großbritannien bereitgestellt. Zusammengerechnet werden unsere Investitionen in Europa sowie unser gesamter Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Europa seit 2010 auf mehr als 200 Milliarden Euro geschätzt.

Diese Investitionen haben Amazon in Europa zudem zu einem wichtigen Arbeitgeber gemacht. Mittlerweile beschäftigen wir in Europa mehr als 200.000 Mitarbeiter in Festanstellung. Diese Zahl wird noch höher, wenn unsere Saisonarbeiter mit eingerechnet werden. Wir sind unglaublich stolz darauf, dass wir so vielen Menschen gute Jobs zur Verfügung stellen konnten. Allein im Jahr 2021 haben wir in unseren europäischen Unternehmen 65.000 neue Positionen mit Festanstellung geschaffen.

Wir betreiben 70 Logistikzentren in ganz Europa und haben unsere Lagerkapazität im Jahr 2021 mehr als verdoppelt. Mehr als 240.000 europäische kleine und mittlere Unternehmen verkaufen bei Amazon, und über 110.000 davon nutzen Versand durch Amazon (FBA). Mit Versand durch Amazon können Verkaufspartner Produkte in unseren Logistikzentren lagern, während wir für sie kommissionieren, verpacken, versenden und den Kundenservice übernehmen.

Darüber hinaus investierte Amazon im Jahr 2021 weltweit mehr als 900 Millionen US-Dollar und beschäftigte mehr als 12.000 Mitarbeiter – darunter Wissenschaftler für maschinelles Lernen, Softwareentwickler und erfahrene Prüfer, die sich dem Schutz von Kund:innen, Marken, Verkaufspartnern und unserem Store vor Fälschungen, Betrug und anderen Formen des Missbrauchs widmen.

Wir freuen uns, weiterhin in Europa zu investieren, mit europäischen Kleinunternehmen zusammenzuarbeiten und unsere europäischen Kund:innen zu begeistern.

Abschnitt 1:

Stärkung kleiner Unternehmen



Stärkung kleiner Unternehmen

Viele Verkaufspartner sind Unternehmer, die mit Hilfe von Amazon ihr Geschäft weiter optimieren und aufbauen. Mit den wechselnden E-Commerce-Trends, regulatorischen Änderungen und neuen Amazon-Funktionen Schritt zu halten, kann eine Herausforderung sein. Daher stellen wir eine breite Palette von Ressourcen zu Verfügung, um unsere Verkaufspartner zum Erfolg zu führen.

Business- und Weiterbildungstools

Im Jahr 2021 haben wir neue Tools und Dienstleistungen bereitgestellt, um Verkaufspartner dabei zu helfen, neue Produkte auf den Markt zu bringen, ihre Angebote zu optimieren und europa- und weltweit zu expandieren.

Auch 2021 haben wir unsere Verkaufspartner mit regelmäßigen Nachrichten über Seller Central, Verkäuferforen, Newslettern und unsere Verkäufer-App mit Tipps zur Optimierung ihrer Amazon-Verkaufserfahrung sowie Updates zu neuen gesetzlichen Anforderungen und Richtlinien auf dem Laufenden gehalten.

Unsere Seller University half europäischen Verkaufspartnern, den Umgang mit den Tools von Amazon zu erlernen und ihr Geschäft auszubauen. Dazu wurden Kurse zu Hunderten von Themen angeboten, darunter Tipps zum Verkaufsstart auf Amazon, wie Versand durch Amazon funktioniert und was Markeninhaber bei der Werbung berücksichtigen sollten.

Amazon führte darüber hinaus zwei neue FBA-Programme ein – FBA Liquidations und FBA Grade and Resell –, die es bei Amazon verkaufenden Unternehmen erleichtern sollen, von Kund:innen zurückgegebene Artikel oder Überbestände weiterzuverkaufen und so gleichzeitig mehr Produkten ein „zweites Leben“ zu verschaffen.

Wir haben unseren Produktserialisierungsdienst, den Track-and-Trace-Service [Transparency](#), eingeführt, der es Marken ermöglicht, Produkte in ihren Vertriebskanälen zu verfolgen und auf erweiterte Analysen zu Kundenretouren zuzugreifen. Dieser Service hilft Marken, Trends bei Produktfehlern auf Fabrik- oder Fertigungsebene zu visualisieren und so die Ursachen zu beheben.

Außerdem haben wir als Reaktion auf die Bedürfnisse unserer Verkaufspartner weiterhin spezielle Tools bereitgestellt. Dazu gehört zum Beispiel das Account Health Rating, das Verkaufspartnern hilft, proaktiv Richtlinienverstöße zu beheben, um Geschäftsunterbrechungen zu vermeiden. Ein weiteres Beispiel ist das Listing Quality Dashboard, das Verkäufern Zugriff auf begleitete Workflows zur Fehlerbehebung erlaubt, um ihnen zu helfen, ihre Produktlistings und die Produktauffindbarkeit zu verbessern.

Kleine und mittlere Unternehmen unterstützen

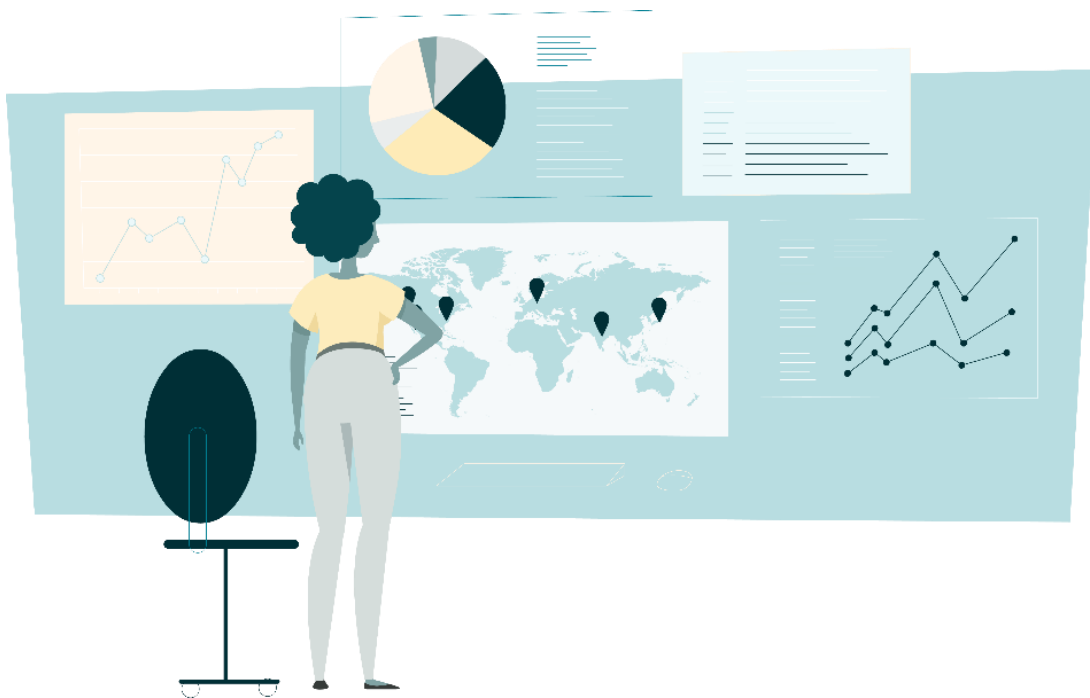
Viele europäische Unternehmen haben sich an die Herausforderungen der COVID-19-Pandemie angepasst, indem sie zum ersten Mal online verkaufen. Wir haben über 7 Millionen Euro in Digitalisierungsprogramme investiert, um europäische Unternehmer:innen in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien in Kooperation mit rund 30 lokalen Partnern zu unterstützen. Diese Investition hat über 350.000 europäischen Unternehmer:innen dabei geholfen, auf den Online-Verkauf umzustellen - sei es bei Amazon oder anderswo.

Ebenfalls im Jahr 2021 hat Amazon die Einführung der Amazon Launchpad Innovation Awards angekündigt. Dabei handelt es sich um einen kostenlosen Wettbewerb, der aufstrebende, innovative europäische Startups unterstützen soll, indem er ihnen die Chance auf den Gewinn der „Startup of the Year“-Auszeichnung eröffnet. Der Wettbewerb ist mit 100.000 Euro dotiert. Die Awards unterstreichen sowohl Amazons Engagement bei der Unterstützung aufstrebender Marken, als auch unser Interesse, unsere Kund:innen immer wieder mit neuen und innovativen Produkten zu begeistern.

Weitere Informationen darüber, wie wir kleine und mittlere Unternehmen unterstützen und Marken schützen, finden Sie auf unserer Seite [„Kleine Unternehmen“ auf „About Amazon“](#) und in unserem [Markenschutzbericht 2021](#).

Abschnitt 2:

Verkauf bei Amazon



Verkauf bei Amazon

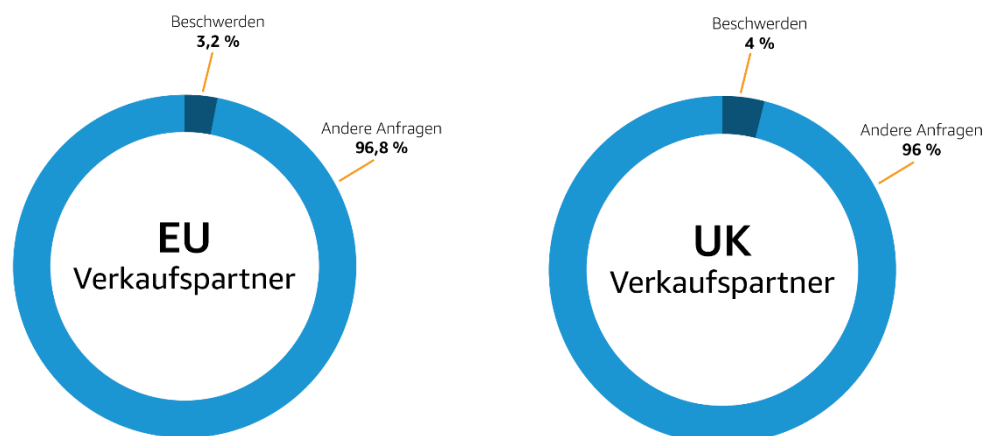
Über den Verkauf bei Amazon können Verkaufspartner von Amazons Bandbreiten- und Kosteneffizienz profitieren und auf eine Fülle von Daten und Analysen zugreifen. Wir verfügen über ein engagiertes Team aus Tausenden von Mitarbeiter:innen weltweit, die sich darauf konzentrieren, die Verkaufserfahrung der Verkaufspartner bei Amazon zu verbessern und sie bei ihrer täglichen Arbeit zu unterstützen.

Bei unseren Innovationen hinsichtlich der Verkaufserfahrung bei Amazon ist unser Ausgangspunkt immer, unseren Verkaufspartnern zuzuhören. Über unsere Verkaufspartner-Insights-Programme bitten wir um Rückmeldung zu unseren Funktionen und Prozessen. Wir befragen unsere Verkaufspartner, wenn sie sich bei ihrem Verkaufskonto anmelden, teilen mit ihnen Umfragen und veranstalten interaktive Workshops mit unseren Teams. Außerdem analysieren wir auch die Kontaktaufnahmen unserer Verkaufspartner, um die Gründe für Probleme zu erkennen und zu beheben und schließlich unsere Hilfsangebote und -prozesse zu verbessern.

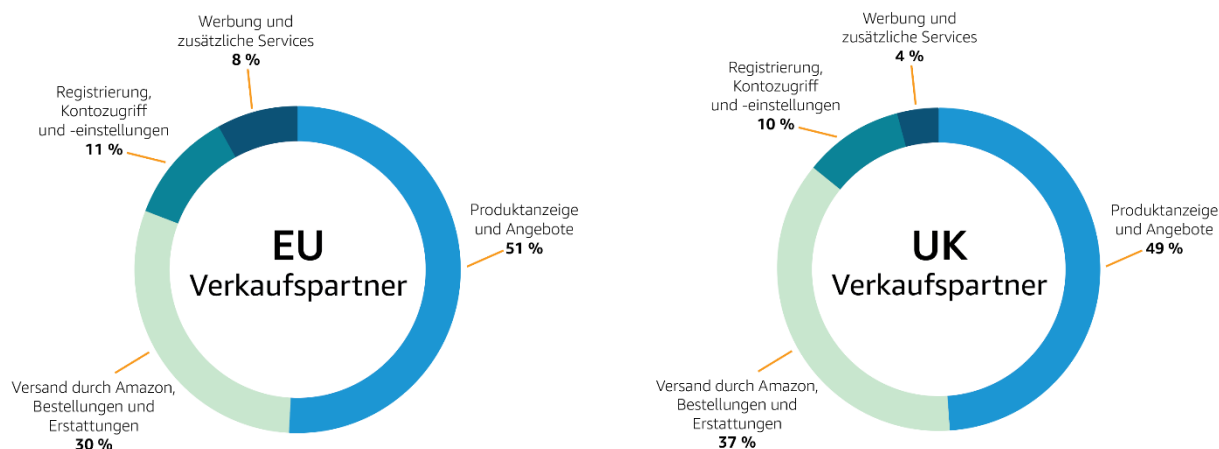
Verkaufspartner-Support und -Kontakte

Unsere Verkaufspartner können uns auf verschiedene Arten kontaktieren, zum Beispiel per E-Mail, Telefon und Chat. Im Jahr 2021 haben sich unsere EU-Verkaufspartner mehr als vier Millionen mal und unsere Verkaufspartner in Großbritannien mehr als eine Million mal mit uns in Kontakt gesetzt. Viele nahmen dabei Beratung, Schulung und Unterstützung zu unseren Tools, Prozessen und Programmen in Anspruch.

Unsere Verkaufspartner kontaktieren uns auch, wenn sie mit unseren Dienstleistungen unzufrieden oder mit unseren Richtlinien oder Entscheidungen nicht einverstanden sind. Im Jahr 2021 waren dies 3,2 Prozent (152.730) aller Kontaktaufnahmen von Verkaufspartnern in der EU und 4 Prozent (43.484) in Großbritannien. Die überwiegende Mehrheit der Beschwerden wurde zur Zufriedenheit der Verkaufspartner gelöst (siehe nächste Seite).



Die fünf Hauptthemen, die zu Beschwerden von Verkaufspartnern führten, waren: Produktanzeige und Angebote (51 Prozent in der EU, 49 Prozent in Großbritannien); Versand durch Amazon, Bestellungen und Erstattungen (30 Prozent in der EU, 37 Prozent in Großbritannien); Registrierung, Kontozugriff und -einstellungen (11 Prozent in der EU, 10 Prozent in Großbritannien); und Werbung und zusätzliche Services (8 Prozent in der EU, 4 Prozent in Großbritannien).



In der EU betrug unsere durchschnittliche Bearbeitungszeit 5,5 Tage, in Großbritannien 7,5 Tage. Diese Zahlen berücksichtigen nicht die Zeitspanne, die die Verkaufspartner benötigen, um zu antworten. In 87 Prozent der Fälle in der EU und 84 Prozent in Großbritannien haben wir die Beschwerde zur Zufriedenheit der Verkaufspartner gelöst. Die Arten von Beschwerden sind sehr unterschiedlich, wobei einige aufgrund unterschiedlicher Komplexität einen längeren Überprüfungszeitraum erfordern, um eine sinnvolle Lösung zu finden.

Wenn Verkaufspartner nach dem Kontakt mit unseren Support Teams mit einer Amazon-Entscheidung unzufrieden bleiben, haben sie bei den meisten Streitfällen die Möglichkeit, eine Lösung durch ein unabhängiges Mediationsverfahren herbeizuführen. Diese Schlichtungen werden vom Center for Effective Dispute Resolution durchgeführt (mehr Informationen [hier](#)).

Im Jahr 2021 reichten unsere EU-Verkaufspartner 237 berechnete Schlichtungsanfragen ein. Amazon überprüft alle Schlichtungsfälle und versucht diese zu lösen, bevor ein formeller Mediationsprozess beginnt. Dies bedeutet sowohl Zeit- als auch Geldersparnis für die Verkaufspartner. Amazon konnte 122 dieser Anfragen in der EU zur Zufriedenheit der Verkaufspartner lösen, sodass eine Schlichtung nicht erforderlich war. Von den verbleibenden 115 Fällen in der EU entschieden sich nur fünf EU-Verkaufspartner für eine formelle Schlichtung, wobei der Mediator in vier dieser Fälle eine Empfehlung zugunsten von Amazon aussprach.

Im Jahr 2021 reichten unsere britischen Verkaufspartner 197 berechnete Schlichtungsanfragen ein. Amazon konnte 120 dieser Fälle zur Zufriedenheit der Verkaufspartner lösen, sodass keine Schlichtung mehr erforderlich war. Von den verbleibenden 77 Fällen in Großbritannien entschieden sich nur acht britische Verkaufspartner für eine formelle Schlichtung, wobei der Mediator in fünf dieser Fälle eine Empfehlung zugunsten von Amazon aussprach.

