

STOREFRONT
DER WOCHE



Produkte von Manufaktur Liebevoll



Im September 2018 startete Amazon mit den Amazon Storefronts, einem neuen Online-Shop mit Produkten ausschließlich von kleinen und mittleren Unternehmen aus Deutschland, die über Amazon verkaufen. Kunden auf Amazon.de können Produkte und Angebote von deutschen Unternehmen entdecken und über Videos und Portraits mehr über die Menschen dahinter erfahren.

Es ist schwierig

Amazon hatte schon immer eine komplizierte Beziehung zu kleinen Unternehmen: Einerseits ist Amazon ein Kanal für sie, um Waren online an ein breiteres Publikum zu verkaufen, andererseits beklagen viele Händler, dass sie zu viel ihrer eigenen Kundenbeziehung an Amazon abgeben müssen. Darüber hinaus sind sie nur eingeschränkt in der Lage, sich von der Konkurrenz abzuheben und ihre Marke und ihre Produkte in einem anderen Format als dem von Amazon zu präsentieren.

Dem sollen nur die Shops der Amazon Storefronts entgegen wirken. Zum Start sind über 100.000 Produkte von tausenden KMUs aus Deutschland erhältlich, darunter Produktkategorien wie Spielzeug, Lebensmittel, Elektronikartikel, Schmuck und Haustierprodukte. „Amazon Storefronts bietet ein Shopping-Erlebnis für Kunden, die Produkte von kleinen Händlern, Start-ups, Kunsthandwerkern und Herstellern im ganzen Land suchen“, sagt Ralf Kleber, Country Manager Amazon.de.

Was bietet Amazon Storefronts?

Produkte von KMU aus Deutschland: Kunden haben die Möglichkeit, Produkte aus über 25 Kategorien von deutschen Start-Ups, Künstlern und anderen Unternehmen zu entdecken, darunter ein flüssiger Displayschutz für Handys, ein Holzspielzeug Baukasten und eine handgemachten Fackel aus Beton.

Storefront der Woche: Jede Woche wird ein deutscher Verkäufer in einem Video vorgestellt, um Kunden die Gesichter hinter den Unternehmen und die unterschiedlichen Arten von Geschäften, bei denen sie auf „Amazon Storefronts“ einkaufen, zu zeigen.

Verkäufer kennenlernen: In kurzen, wechselnden Portraits werden kleine und mittlere Unternehmen aus Deutschland präsentiert. Zum Start können Kunden über ein Dutzend Familienunternehmen, von Frauen geführte Unternehmen, Produktinnovatoren und nachhaltige Unternehmen kennenlernen.

Die Idee ist, ein wenig mehr Persönlichkeit in den Kaufprozess zu bringen. Es ist fast so, als würden Sie den Eigentümer kennen. Na ja, fast.

Auf Amazon Storefronts werden verschiedene Händler mit Videos, die die Besitzer vorstellen, hervorgehoben. Weiterhin wird eine Artikelauswahl gezeigt, die diese über Amazon verkaufen. Händler können jedoch hier keine Links zu einer eigenen Homepage hinterlegen oder Angaben zu ihrem stationären Geschäft machen.

Online-Marktplätze: Fluch und Segen

Online-Marktplätze - auf denen kleinere Unternehmen Artikel über Drittplattformen wie Amazon oder eBay verkaufen - waren eines der nachhaltigsten (vielleicht das

dauerhafteste?) Geschäftsmodelle in den letzten Jahren des E-Commerce. Der traditionelle, stationäre Einzelhandel ist durch den Aufstieg dieser Marktplätze heute stark unter Druck. Doch wir sehen auch, dass Kunden weiterhin auch bei diesen kleineren Produzenten und Verkäufern kaufen wollen.

Diesem Wunsch trägt Amazon mit den Storefronts jetzt Rechnung. Natürlich ersetzt auch Storefronts nicht das Einkaufserlebnis in einer Manufaktur oder einem kleinen, schön gemachten Geschäft. Doch kleinen Händlern bietet sich hier eine Möglichkeit, die Reichweite von Amazon zu nutzen und dennoch mit einem persönlichen Profil aufzutreten. Hierzu schaue man sich auf der [Landingpage von Storefronts](#) das Video der Manufaktur Liebevoll an.

Au in diesem Jahr musste der Online-Marktplatz für Selbstgemachtes [Dawanda schließen](#), da sie das eigene Geschäftsmodell nicht zum Fliegen gebracht haben. Das Wachstum, das sie hätten haben müssen, konnten sie nicht erreichen. Dieses Risiko besteht bei Amazon nicht und vielleicht wird Amazon auch die einzige Plattform für Manufakturen und Selbstgemachtes werden. Es zeigt sich wieder einmal, dass in der digitalen Welt meist nur ein, maximal zwei große Anbieter bestehen können.

Die Hälfte der weltweit bei Amazon verkauften Produkte kommt von kleinen und mittleren Unternehmen. Deutsche kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die ihre Produkte über Amazon Marketplace verkaufen, haben im Jahr 2017 Rekordumsätze im Export in Höhe von mehr als 2,1 Milliarden Euro erzielt. Mehr als 70 Prozent exportieren ihre Produkte bereits an Kunden in aller Welt. Laut einer Studie der Wirtschaftsberatung Keystone beschäftigen deutsche KMU für ihre Verkäufe über Amazon mehr als 75.000 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.