

warum

8 von 10 D2C Marken auf Amazon scheitern

und wie du zu den Gewinnern

zählen wirst.

von sustainazn

der Amazon Agentur für D2C Marken

Warum du dieses E-Book lieben wirst!

Dieses E-Book ist kein weiteres „How-to“ aus oberflächlichen Tipps. Es ist **ein Werkzeug für D2C Markeninhaber**, die Amazon endlich **strategisch, datengetrieben und profitabel** nutzen wollen. Alle Inhalte sind aus der Praxis entstanden – von echten Cases, echten Fehlern und echten Erfolgen.

Wir bei **sustainazn** betreuen seit Jahren etablierte D2C Marken auf Amazon. Jede Seite dieses E-Books ist direkt aus unserer täglichen Arbeit entstanden. **Kein Bullshit, sondern erprobte Strategien**, die bei Marken wie i+m Naturkosmetik, Yepoda, 4peoplewhocare, Lemonaid & ChariTea und vielen weiteren funktionieren.

Ausgewählte D2C Marken die uns vertrauen:

youfreen



ChariTea

forpeople

LEMONAID+

yepoda
예쁘다



SUNSCARE

Liebe Leserinnen und Leser,

Amazon ist heute ein entscheidender Wachstumsmotor für Marken. Viele Gründer scheitern jedoch daran, ihre Marke sichtbar zu machen. Dieses E-Book soll dir helfen, häufige Fehler zu vermeiden und einen klaren Plan zu entwickeln, um auf Amazon erfolgreich zu sein.

Mein Versprechen: Wenn du die Inhalte aufmerksam liest und umsetzt, wirst du Amazon als Chance für deine Marke erkennen.

Auf eine starke Zukunft deiner Marke! Viel Spaß beim Lesen.



Finn Homfeld

CEO & Founder
sustainazn

Einleitung: Das Amazon-Paradox für D2C-Marken

Ein alarmierender Fakt: Acht von zehn Direct-to-Consumer (D2C)-Marken, die den Sprung auf Amazon wagen, scheitern. Sie investieren Zeit, Kapital und Hoffnung, nur um in der Masse unsichtbar zu bleiben, von der Konkurrenz verdrängt zu werden und am Ende frustriert aufzugeben.

Was unterscheidet die erfolgreichen 20 % von der breiten Masse? Es ist kein Glück. Es ist eine präzise Strategie, operative Exzellenz und ein tiefes Verständnis für die Spielregeln des größten Online-Marktplatzes der Welt.

Die Realität ist, dass Amazon kein einfacher Verkaufskanal ist, sondern ein komplexes Ökosystem mit eigenen Algorithmen, Kundenerwartungen und Erfolgshebeln. Marken, die versuchen, ihre D2C-Strategie 1:1 zu kopieren, sind zum Scheitern verurteilt.

Die gute Nachricht: Der Weg zum Erfolg ist planbar. Dieser umfassende Guide zeigt dir nicht nur die fatalen Fehler auf, sondern liefert dir eine detaillierte Roadmap, wie du Amazon zu deiner stärksten Wachstumsmaschine machst. Wir decken alles ab - von der strategischen Planung über operative Exzellenz am Listing bis hin zur Cross-Channel-Attribution, die deinen ROI maximiert.

Bist du bereit, zu den Gewinnern zu gehören? Dann lies weiter und erfahre, wie du deine Marke auf Amazon systematisch zum Erfolg führst.

Checkliste Einleitung:

- Markenanmeldung:** Deine Marke ist beim DPMA oder EUIPO angemeldet.
- Produktdaten:** Hochauflösende Bilder, EANs und Produktbeschreibungen sind vorhanden.
- Wettbewerbsanalyse:** Die Top-3-Konkurrenten auf Amazon wurden analysiert (Preise, Bewertungen, Content).
- Ressourcencheck:** Es ist klar definiert, wer (intern oder extern) sich um die Amazon-Betreuung kümmert.

Kapitel 1: Strategische Positionierung - Die Grundlage deines Erfolgs

Viele D2C-Marken starten auf Amazon mit Enthusiasmus, aber ohne strategisches Fundament. Sie stürzen sich auf die enorme Reichweite, nur um festzustellen, dass Marke oder Preismodell nicht zum Marktplatz passen. Erfolg beginnt mit einer ehrlichen, datengestützten Analyse.

Fehler #1: Ignorieren des Marktplatz-Fits

Nicht jede Marke passt zu Amazon. Luxusprodukte oder emotional erzählende D2C-Marken müssen sich an Amazons transaktionsorientierte Plattform anpassen.

Ohne den richtigen Market-Fit und eine klare Strategie wird's auf Amazon aussichtslos für deine Marke. Das ist der Marktplatz mit der größten Konkurrenz und dem intensivsten Preisdruck. Sei dir dieser Herausforderung bewusst und schätze deine Chancen realistisch und datenbasiert ein.

Lösung: Die Marktplatz-Fit-Analyse

Stelle dir vor dem Start diese Fragen und beantworte sie entsprechend:

Nachfrage: Suchen Kunden aktiv auf Amazon nach Lösungen wie deiner? Nutze Keyword-Tools wie [Helium10](#) zur Volumenanalyse.

Wettbewerb: Wer sind die Top-Konkurrenten? Analysiere deren Listings und Bewertungen. Kannst du mit deinem Produkt die Mängel der Konkurrenz zu deinem Vorteil nutzen?

Preisniveau: Welcher Preiskorridor dominiert? Nur mit ganz klarem Mehrwert kannst du aus diesem Korridor ausbrechen. Ansonsten musst du dich diesem beugen und dein Produkt-Sourcing darauf basierend anpassen.

Der Werkzeugkasten, mit dem ALLE Amazon-Gewinner arbeiten

Wenn du ernsthaft auf Amazon wachsen willst, führt an Helium 10 kaum ein Weg vorbei. Die Suite bündelt alles, was Seller täglich brauchen – von der Ideenfindung bis zur Skalierung.

- Marktchancen aufdecken:** Mit Black Box & Trend-Analysen findest du profitfähige Nischen, bevor sie überlaufen sind.
- Keywords, die wirklich verkaufen:** Magnet & Cerebro liefern Suchvolumen, Wettbewerbsstärke und Reverse-ASIN-Insights – die Basis für Ranking & PPC.
- Listings, die konvertieren:** Listing Builder & Index-Checks sichern, dass deine Keywords sichtbar sind – nicht nur „drin“.
- Wettbewerb im Blick:** Rank-Tracking, Preis- & BSR-Verläufe zeigen dir täglich, wo du stehst – und wo du Gas geben musst.
- Sicherheit & Profit:** Alerts warnen bei Hijackern/Änderungen; Profits & Inventar-Tools helfen, Marge & Nachschub zu steuern.

Helium10 spart Zeit, vermeidet Fehler und liefert wertvolle Daten, die direkt zu mehr Sichtbarkeit, besseren Rankings und profitableren Kampagnen führen. Erfolgreiche Seller treffen keine Bauchentscheidungen – sie arbeiten datengetrieben. Genau hier glänzt Helium 10.



„Die Einblicke, die man über die anderen ASINs der Konkurrenz zu den eigenen, auf Amazon gelisteten Produkten generieren kann, sind gründlich und können sehr nützlich sein.“

Sitanshu M., Direktor für Operations

Sichere dir 35 % Rabatt für 6 Monate mit dem Code: [SEP202535OFF](#)

[35% Rabatt sichern](#)

Fehler #2: Fehlkalkulation der Preise und Margen

Amazon ist kein günstiger Kanal. Viele Gründer unterschätzen die Gebührenstruktur und realisieren erst später, dass sie trotz guter Umsätze keinen Gewinn machen.

Lösung: Wasserdichte Kalkulation

Deine Preisstrategie muss alle Kostenpunkte abdecken:

- Amazon-Verkaufsgebühr: Ca. 15 % je nach Kategorie.
- FBA-Gebühren: Lagerung, Verpackung, Versand durch Amazon (produktabhängig).
- Werbekosten (ACoS/TACoS): Plane ein realistisches Budget (anfangs 30-50 % des Umsatzes).
- Retouren: Kalkuliere eine branchenübliche Quote ein.
- Herstellungskosten: Deine internen Kosten für Herstellung inkl. Overheadkosten.
- Sonstiges: Kosten für Software, Agenturen, Mitarbeiter.

Eine solide Profitkalkulation ist unverzichtbar. Unter diesem [Link](#) findest du die aktuellen Kategorie- und Produktbezogenen Amazon Kosten.

Checkliste: Strategische Positionierung

- Keyword-Analyse:** Das Suchvolumen für die Top-10-Keywords deiner Nische ist bekannt und recherchiert worden mit [Helium10](#).
- Wettbewerbs-Audit:** Die Stärken und Schwächen der Top-5-Wettbewerber sind bekannt.
- Preis-Analyse:** Das durchschnittliche Preisniveau der Bestseller in deiner Kategorie ist ermittelt.
- Deckungsbeitragsrechnung:** Eine detaillierte Kalkulation für jedes Produkt liegt vor, die alle Amazon-Kosten berücksichtigt.

Kapitel 2: Operative Grundlagen - Ohne sie geht nichts

Nach der Strategie zählt die Umsetzung. Erfolg auf Amazon hängt von der akribischen Perfektionierung operativer Details ab.

Fehler #3: Vernachlässigen der Macht von Prime

Amazon-Kunden erwarten schnellen, kostenlosen Versand. Ohne Prime-Logo sind Produkte für die meisten Kunden unsichtbar – Prime ist eine Grundvoraussetzung.

Laut Toucan Advisors kann der Prime Badge (FBA / Prime-Eligibility) signifikanten Einfluss auf Verkäufe haben: „Products with the Amazon Prime badge tend to receive 17 % more traffic and are 30 % more likely to be purchased than products without the badge.“

Amazon selbst berichtet, dass Buy with Prime – also Prime-Vorteile außerhalb von Amazon-Shops – im Durchschnitt die Conversion um +25 % erhöht, wenn Prime als Option angeboten wird.

Lösung: Konsequente Nutzung von Amazon FBA

Nutze „Fulfillment by Amazon“ (FBA) für deine Kernprodukte. Die Vorteile sind überwältigend:

Prime-Badge: Deine Produkte werden für Prime-Kunden attraktiv.

Höheres Ranking: Amazon bevorzugt FBA-Angebote im Algorithmus.

Gewinn der Buy Box: Die Chance, das Einkaufswagen-Feld zu gewinnen, steigt massiv. Ohne Buy Box gibt es kaum Verkäufe.

Logistik-Outsourcing: Du lagerst die komplexe Logistik an Amazon aus und kannst dich auf dein Kerngeschäft konzentrieren.

Verkaufst du über FBA, profitierst du sofort: Prime-Kunden sehen deine Produkte, das Ranking steigt, und die Chance auf die Buy Box wächst. Amazon übernimmt die Logistik. Ohne FBA verpasst du Reichweite und Wachstum.

Wichtig: Achte darauf, dass du genug Lagerbestand hast und setze Prozesse ein, um Engpässe zu vermeiden. Wenn dein FBA-Lager leer ist, kann dein Produkt schnell im Ranking fallen.

Fehler #4: Erstellen unoptimierter Listings

Dein Produkt-Listing ist dein bester Verkäufer. Viele vernachlässigen es jedoch mit schlechten Bildern, lieblosen Texten und fehlenden Keywords.

Lösung: Operative Exzellenz am Listing

SEO-Architektur:

- **Titel:** Das wichtigste SEO-Element. Formel: [Markenname] [Produktbezeichnung] – [USP 1], [USP 2], für [Anwendung]. Integriere deine 3-5 stärksten Keywords, welche du zuvor mit Helium10 recherchiert hast.
- **Bullet Points:** Übersetze USPs in klare Kundenvorteile. Nutze alle fünf Punkte & strukturiere sie für schnelle Lesbarkeit (1000 Bytes insgesamt).
- **Backend-Keywords:** Fülle die 250 Bytes komplett mit Synonymen, Long-Tail-Keywords und alternativen Schreibweisen.

Visuelles Storytelling:

- **Bilder:** Zeige dein Produkt in verschiedenen Winkeln, in der Anwendung (Lifestyle) und mit Infografiken, die den Nutzen auf den Punkt bringen. Nur wenige lesen sich Produktbeschreibungen durch, sondern treffen ihre Kaufentscheidung auf Basis von Bewertungen und Bildern.
- **A+ Content:** Nutze diesen Bereich als Mini-Landingpage. Erzähle deine Markengeschichte, erkläre die wichtigsten Features im Detail und zeige Cross-Selling-Möglichkeiten auf.

Dein Listing ist der erste und oft einzige Berührungspunkt mit dem Kunden. Fehlende Keyword-Optimierung bedeutet unsichtbar bleiben im Ranking. Schwache Bilder kosten Vertrauen und verschenken Platz die USPs deiner Produkte zu kommunizieren. Liebloser Text verpasst die Chance, Nutzen zu verkaufen statt stumpf Features aufzuzählen. Die Wahrheit: **Unoptimierte Listings sind der Hauptgrund, warum Produkte trotz Potenzial stagnieren.** Wer nicht investiert, verschenkt Sichtbarkeit, Conversion und damit Umsatz – während optimierte Wettbewerber vorbeiziehen.

Checkliste: Operative Grundlagen

- FBA-Anmeldung:** Dein Seller-Account ist für FBA eingerichtet und die ersten Produkte sind eingelagert.
- Listing-SEO:** Titel, Bullet Points und Backend-Keywords sind auf Basis einer Keyword-Recherche mit [Helium10](#) optimiert.
- Bilder:** Mindestens 7 hochwertige Bilder (inkl. Lifestyle und Infografiken) sind hochgeladen.
- A+ Content:** Ein A+ Modul mit Markengeschichte und detaillierten Produktvorteilen ist erstellt und für all deine Produkte live.

Sicher dir jetzt 20 optimierte Templates für konvertierende Amazon Grafiken

- Conversion Rate optimiert
- Schnell für deine Produkte individuell anpassbar
- A/B getestet mit beeindruckenden Ergebnissen

Kopiere das Figma-Dokument, füge es in deinen Workspace ein und passe es individuell an.

[Jetzt kostenlos herunterladen](#)

Kapitel 3: Vertrauen und Wachstum - Die Währung auf Amazon

Auf einem anonymen Marktplatz wie Amazon ist Vertrauen alles. Kunden können Produkte nicht anfassen oder ausprobieren. Sie verlassen sich auf die Erfahrungen anderer. Wer es nicht schafft, dieses Vertrauen – den sogenannten Social Proof – aufzubauen, wird scheitern.

Fehler #5: Mangel an Social Proof (Bewertungen)

Ein Produkt ohne Bewertungen (oder mit schlechten) ist auf Amazon quasi unverkäuflich. Es ist ein Teufelskreis: ohne Verkäufe keine Bewertungen, ohne Bewertungen keine Verkäufe. Viele Marken warten passiv darauf, dass Bewertungen organisch eintrudeln, und wundern sich, warum nichts passiert.

Auf Amazon sind Bewertungen das härteste Kaufargument. Studien zeigen: Produkte mit 4,5 Sternen oder mehr konvertieren 50–70 % besser als Produkte mit nur 4,0 Sternen. Gleichzeitig verlassen sich 91 % der Käufer auf Bewertungen, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Der Teufelskreis „keine Verkäufe → keine Bewertungen → keine Verkäufe“ ist real – und tötet mehr Produktlaunches als jeder andere Fehler. Wer nicht aktiv in organisches Bewertungsmanagement investiert, überlässt das Spielfeld der Konkurrenz. Bewertungen sind kein „Nice-to-have“, sondern die Währung, die Sichtbarkeit in Umsatz verwandelt.

Hier musst du brutal ehrlich mit dir selbst sein: Ohne ein starkes Bewertungsfundament wirst du auf Amazon untergehen. Jede fehlende Rezension und jeder halbe Stern weniger sind Geld, das deine Konkurrenz einsammelt. Vielleicht denkst du: „Dann kaufe ich mir ein paar schnelle 5-Sterne-Bewertungen in einer WhatsApp- oder Facebook-Gruppe.“ Lass die Finger davon! Amazon erkennt solche Muster gnadenlos – die Folge ist oft die sofortige Sperrung deines Accounts. Stattdessen musst du Prozesse entwickeln, die organisch, regelkonform und nachhaltig echte Kundenstimmen generieren: herausragender Service, smarte Verpackungstricks, Follow-ups über das Amazon-System. So baust du Schritt für Schritt ein stabiles Bewertungsprofil auf, das deine Conversion-Raten steigert und dich langfristig schützt.

Lösung: Aktives Bewertungsmanagement

Amazon Vine: Nutze das Vine-Programm, um vor dem Launch bis zu 30 erste Rezensionen von geschulten und verifizierten Produkttestern zu erhalten. Dies ist die schnellste und sicherste Methode, um die Anfangshürde zu überwinden. Die Investition zahlt sich fast immer aus.

„Bewertung anfordern“-Button: Nutze die Funktion im Seller Central, um Kunden proaktiv und richtlinienkonform um eine Bewertung zu bitten.

Exzellenter Kundenservice: Beantworte öffentliche Kundenfragen (Q&A) schnell und professionell. Dies zeigt potenziellen Käufern, dass hinter der Marke ein engagiertes Team steht.

Produktverbesserungen basierend auf Kundenbewertungen: Rezensionen sind das beste Instrument um wertvolle Insights in die Zufriedenheit deiner Kund*innen zu bekommen. Nutze diese Insights um kontinuierlich an deinem Produkt zu arbeiten und es vor schlechten Bewertungen langfristig zu schützen.

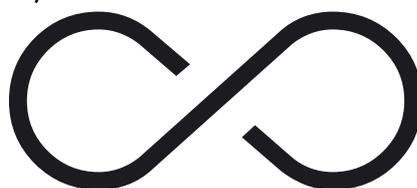
Packaging Hacks für mehr Bewertungen: Nutze deine Verpackung als Feel-Good-Manager. Eine Dankeskarte oder ein Quickstart-Guide steigert die Zufriedenheit und reduziert Frust. Ergänze QR-Codes zu relevanten Seiten: Produktinfos, Nachbestellung oder zum Amazon-Bewertungsformular. So erleichterst du den Kunden den Weg zur Rezension.

Das Amazon Flywheel: Ein Zyklus für exponentielles Wachstum

Wenn du die Grundlagen gemeistert hast, beginnt das "Amazon Flywheel" sich zu drehen. Dies ist der Schlüssel zu nachhaltigem, organischem Wachstum.

1. Traffic (PPC & Organisch)

3. Verkäufe & Ranking



4. Mehr organischer Traffic

2. Conversion (Content & Social)

- 1. Traffic:** Du lenkst gezielt Traffic (über PPC und externe Kanäle) auf dein perfekt optimiertes Listing.
- 2. Conversion:** Der hochwertige Content und der Social Proof (Bewertungen) sorgen für eine hohe Conversion Rate.
- 3. Verkäufe & Ranking:** Die steigenden Verkaufszahlen signalisieren dem Amazon-Algorithmus die Relevanz deines Produkts. Dein organisches Ranking verbessert sich.
- 4. Mehr organischer Traffic:** Durch das höhere Ranking erhältst du mehr kostenlosen Traffic, was zu mehr Verkäufen führt. Der Kreislauf beginnt von vorn, wird mit jeder Umdrehung stärker und reduziert deine Abhängigkeit von bezahlter Werbung.

Das Amazon Flywheel ist der Kern nachhaltigen Erfolgs auf dem Marktplatz. Wer von Anfang an in Sichtbarkeit investiert – auch wenn dies zunächst ein Investment bedeutet und kurzfristig den Profit schmälert – baut damit die Basis für langfristiges Wachstum. Sobald dein Listing perfekt optimiert ist und alle Conversion-Faktoren stimmen, sorgt zusätzlicher Traffic über PPC und externe Kanäle für Verkäufe, die dein Ranking pushen. Mehr Verkäufe bedeuten bessere organische Platzierungen, was wiederum zu kostenlosem Traffic führt. Mit jeder Umdrehung verstärkt sich dieser Kreislauf und reduziert deine Abhängigkeit von Werbung. So wird aus anfänglichem Investment nachhaltige, organische Sichtbarkeit und profitabler Umsatz.

Checkliste: Vertrauen und Wachstum

- Amazon Vine:** Mindestens ein Produkt ist für das Vine-Programm angemeldet, um die ersten 5-30 Bewertungen zu generieren.
- Bewertungs-Prozess:** Ein Prozess zur regelmäßigen Nutzung des "Bewertung anfordern"-Buttons ist etabliert.
- Beileger & Packaging Hacks:** Verpackungen wurden für den Verkauf auf Amazon optimiert und beinhalten Post-Purchase Elemente zur Kundenbindung und zum Bewertungsaufbau.
- Q&A-Monitoring:** Ein Verantwortlicher prüft und beantwortet täglich offene Kundenfragen.

Kapitel 4: Performance Marketing Exzellenz - Mehr als nur ACoS

Ohne bezahlte Werbung (PPC = Pay per Click) ist ein erfolgreicher Start auf Amazon heute kaum noch möglich. Doch die meisten Marken verbrennen hier schlichtweg Geld. Sie schalten ein paar Auto-Kampagnen, schauen nur auf den ACoS (Advertising Cost of Sale) und wundern sich über mangelnde Profitabilität und relevante Reichweite.

Fehler #6: Blindflug beim PPC-Management

PPC auf Amazon ist keine simple Anzeigenverwaltung, sondern ein hochkomplexes Steuerungsinstrument. Wer ohne eine klare Struktur und datengetriebene Optimierung agiert, überlässt seinen Erfolg dem Zufall.

Viele Marken behandeln PPC wie einen simplen Hebel: „Budget rein, Verkäufe raus“. Das aber greift zu kurz. Richtig eingesetzt ist PPC ein strategisches Steuerungswerkzeug – mit Kontrolle, Struktur und kreativem Einsatz. Wer ohne klare Logik agiert, überlässt den Erfolg dem Zufall.

Tipp: Nutze Sponsored Brands Videos auf deinen wichtigsten Keywords.

Diese Werbeformate schneiden häufig deutlich besser ab als statische Anzeigen – mit bis zu 2,5× höherer Klickrate gegenüber klassischen Sponsored Product Ads. Videos erzeugen Aufmerksamkeit, wirken emotional, reduzieren den ACOS und die Conversion Rate, weil sie qualifiziertere Klicks bringen.



100% kostenfrei



100% Expertise erfahrener Amazon PPC Profis

Buche JETZT eine kostenlose PPC-Potentialanalyse für deine D2C Marke

[Gratis Strategie-Call vereinbaren](#)

Lösung: Performance Marketing Exzellenz

Eine durchdachte Struktur ist die Basis für Kontrolle und Skalierbarkeit. Ein bewährtes Modell ist die Aufteilung in verschiedene Kampagnentypen mit klaren Zielen:

Auto-Kampagnen (Discovery)

Dienen ausschließlich der Entdeckung neuer, relevanter Suchbegriffe und konkurrierender Produkte (ASINs).

Manuelle Exact-Kampagnen (Profit)

Hier werden die profitabelsten Top-Keywords mit präziser Gebotssteuerung beworben. Ziel: maximaler Gewinn.

Manuelle Phrase/Broad-Kampagnen (Expansion)

Dienen der Reichweitensteigerung und dem Testen neuer Keyword-Variationen.

Brand-Kampagnen (Defence)

Schützen deine eigene Marke vor Konkurrenten, die auf deinen Namen bieten.

Competitor-Kampagnen (Offence)

Greifen gezielt Kunden von deinen Wettbewerbern ab, indem du auf deren Marken oder Produkte bietest.

Die richtige Gebotsstrategie für jede Phase

Amazon bietet verschiedene automatisierte Gebotsstrategien. Die Wahl hängt von deinen Zielen ab:

- **Dynamisch – nur nach unten:** Ideal für etablierte, profitable Produkte. Amazon senkt das Gebot, wenn eine Conversion unwahrscheinlich ist. Fokus: Kostenkontrolle.

- **Dynamisch – nach oben & unten:** Geeignet für Produktlaunches oder Wachstumsphasen. Amazon kann das Gebot deutlich erhöhen, um eine Conversion zu erzielen. Fokus: Marktanteil und Skalierung.
- **Feste Gebote:** Nur für Spezialfälle, in denen maximale Präzision und Kontrolle über das Gebot erforderlich ist, z.B. für aggressive Ranking-Ziele.

Sponsored Display Ads & Retargeting

Während Suchanzeigen (Sponsored Products, Sponsored Brands) primär auf die Neukundengewinnung abzielen, schließen Sponsored Display Ads eine entscheidende Lücke: Sie holen potenzielle Käufer*innen zurück, die bereits Interesse gezeigt, aber den Kauf noch nicht abgeschlossen haben. Durch präzises Retargeting wird deine Marke genau dann sichtbar, wenn die Kaufabsicht am höchsten ist – ob direkt auf Amazon oder auf externen Webseiten und Apps. Das Resultat: höhere Conversion Rates, gesteigerter Customer Lifetime Value und ein effizienterer Einsatz deines Werbebudgets. Wer Sponsored Display in seine PPC-Strategie integriert, baut nicht nur Reichweite auf, sondern etabliert einen konstanten Umsatztreiber, der Kaufabbrüche minimiert und Markenbekanntheit langfristig verstärkt.

Checkliste: Performance Marketing Exzellenz

- Kampagnenarchitektur:** Eine klare Struktur aus Auto-, Manual- und Brand-Kampagnen ist aufgesetzt.
- Keyword-Management:** Es gibt einen Prozess, um profitable Keywords aus Auto-Kampagnen in manuelle Kampagnen zu übertragen.
- Negative Keywords:** Irrelevante Suchbegriffe werden regelmäßig ausgeschlossen, um Budgetverschwendung zu vermeiden.
- Gebotsstrategie:** Die Gebotsstrategie ist an die Phase des Produkts (Launch, Wachstum, Profit) angepasst.
- Sponsored Brands Video:** Ein besonderer Augenmerk liegt auf Sponsored Brands Video Anzeigen und entsprechend auf Amazon optimiertes Video-Material liegt vor.
- Retargeting Ads:** Sponsored Display Ads werden aufgesetzt um Interessenten und Warenkorb-Abbrecher mit deiner Werbung zu bespielen.

Kapitel 5: Die A11-Revolution - Der unfaire Vorteil für D2C-Marken

Hier kommt der exklusive Insight, den die meisten deiner Konkurrenten noch nicht auf dem Schirm haben. Während alle auf interne Amazon-Faktoren starren, hat Amazon seinen Algorithmus (jetzt oft als A11 bezeichnet) fundamental verändert: **Externer Traffic ist einer der stärksten Ranking-Hebel geworden.**

Fehler #7: Fehlende Cross-Channel-Attribution

D2C-Marken messen oft nicht, wie externer Traffic (Social Media, Google Ads) ihre Amazon-Verkäufe beeinflusst, und verpassen so Amazons größten Hebel.

Externer Traffic als Wachstumstreiber

Amazon liebt Marken, die nicht nur intern mit PPC arbeiten, sondern aktiv externen Traffic zuführen. Genau hier machen viele Marken den entscheidenden Fehler: Sie unterschätzen den Einfluss von Social Media, Google Ads oder PR-Maßnahmen auf ihre Amazon-Performance – und überlassen so der Konkurrenz das Feld. Das Dilemma: Niemand möchte leichtfertig seinen wertvollen Brandtraffic von der eigenen Website abziehen. Doch es gibt Wege, beides miteinander zu vereinen – über speziell auf Amazon ausgelegte Landing-Pages, smarte Vergleichsportale oder klar segmentierte Kampagnen. So bleibt die eigene Markenphilosophie intakt, während Amazon mit externem Traffic gefüttert wird.

Fakt ist: **Wer externen Traffic ignoriert, verliert langfristig Sichtbarkeit, Marktanteile und Ranking-Power an die Wettbewerber.**

Beispiel: [Vergleich.org](https://www.vergleich.org) rankt bei Google auf zahlreichen generischen Keywords (z. B. „beste Handcreme Test“) extrem stark und leitet diesen hochwertigen Traffic direkt auf Amazon weiter. Eine Zusammenarbeit bringt dir damit nicht nur zusätzliche Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit, sondern verstärkt gleichzeitig das Amazon-Flywheel: Mehr externer Traffic → höhere Sales → besseres Ranking → mehr organische Verkäufe.

Lösung: Externen Traffic als Raketentreibstoff für deinen Amazon Auftritt

Der A11-Algorithmus belohnt Marken massiv, die qualitativ hochwertigen Traffic von außerhalb auf ihre Amazon-Listings leiten. Warum? Weil Amazon neue Kunden auf die Plattform holen möchte, anstatt nur bestehende Kunden umzuverteilen. Qualifizierter externer Traffic, der gut konvertiert, ist für Amazon pures Gold – und für dich der Schlüssel zur Dominanz.

Vergleichsportale

Arbeite mit Vergleichsportalen zusammen, welche ihren Traffic direkt zu ausgewählten Amazon-Produkten weiterleitet.

Amazon Affiliates

Arbeite mit Amazon Affiliates zusammen, um von ihrer Reichweite (bspw. auf Social Media) zu profitieren und externen Traffic zu bekommen.

Newsletter

Baue eigene E-Mail Newsletter auf als Post-Purchase Initiative (siehe Kapitel 3) und bewerbe hierin Listings auf Amazon.

Google / Meta / TikTok Ads

Externe Ads auf Google, Meta oder TikTok können enorme Reichweite entfalten, wenn sie strategisch eingesetzt werden. Ein häufiger Fehler ist, Traffic direkt auf Amazon zu leiten, was oft zu schlechter Conversion und unzufriedenen Kunden führt. Besser sind Landingpages, die den Traffic vorqualifizieren, Vertrauen schaffen und die Vorteile deiner Marke klar herausstellen. Nutze OnePage, um kostengünstige und professionelle Landingpages zu erstellen.

Bei niedrigpreisigen Produkten empfiehlt es sich, Bundles zu bewerben, um den Warenkorbwert zu erhöhen. Mit speziellen Links kannst du Kund*innen direkt die gewünschten Produkte in den Amazon-Warenkorb legen lassen, was den Kaufprozess verkürzt und die Conversion steigert. Coupons und Rabattcodes auf der Landingpage erhöhen zudem die Kaufbereitschaft.

Amazon Attribution: Dein Schlüssel zur Messung und zum Bonus

Dieses kostenlose Tool ist unverzichtbar. Es erstellt spezielle Tracking-Links für deine externen Marketingkampagnen (z.B. für Instagram, TikTok, Google Ads oder deinen Newsletter). Damit kannst du genau messen, wie viele Klicks, Detailseitenaufrufe, „In den Warenkorb“-Aktionen und Käufe durch jede einzelne Kampagne generiert werden.

Die Vorteile sind revolutionär:

Brand Referral Bonus

Du erhältst eine Gutschrift von durchschnittlich 10 % auf den Umsatz, der durch diesen externen Traffic generiert wird. Dieser Bonus kann deine externen Werbekosten direkt finanzieren!

Massiver Ranking-Boost

Loyalere externer Traffic sorgt für hohe Conversion Rates, was den A11-Algorithmus positiv beeinflusst und das organische Ranking steigert.

Checkliste: Externer Traffic

- Vergleichsportale:** Kooperation mit Portalen (z. B. vergleich.org) ist etabliert und leitet relevanten Traffic direkt auf deine Amazon-Produkte.
- Amazon Affiliates:** Ein Netzwerk von Affiliates sorgt für zusätzliche Reichweite über Social Media, Blogs und weitere externe Kanäle und verlinkt zu Amazon.
- Newsletter:** Eigene Post-Purchase-E-Mail-Strategie ist aufgesetzt, um wiederkehrenden Traffic gezielt auf Amazon zu leiten.
- Landingpages:** Alle Kampagnen über Google / Meta / TikTok Ads führen zuerst auf optimierte Landingpages, nicht direkt auf Amazon.
- Incentives:** Coupons und Rabattcodes werden aktiv genutzt, um Conversion Rates auf Landingpages zu steigern.
- Attribution:** Tools und Prozesse sind vorhanden, um den Einfluss von externem Traffic auf Amazon-Sales messbar zu machen.

Optimierte Landingpages in nur wenigen Klicks

OnePage ist das Tool, um in wenigen Klicks hochkonvertierende Landingpages für deine Amazon-Produkte zu erstellen. Statt Besucher kalt auf Amazon zu leiten, erwärmst du sie mit sauber designten Pages, die Vertrauen schaffen und perfekt auf deine Marke eingestimmt sind.

- Conversion-Boost für externen Traffic:** Ob Google Ads, Meta oder TikTok: Mit OnePage baust du in Minuten Landingpages, die deinen Traffic vorqualifizieren. Bundles, Rabattcodes und Add-to-Cart-Links lassen sich spielend einfach einbauen – für höhere Warenkorbwerte und bessere Conversion Rates.
- DSGVO-sicher, schnell & einfach:** Mit OnePage erstellst du rechtssichere, blitzschnelle Seiten – ohne Technik-Stress. Über 180.000 Seiten wurden bereits gebaut. Perfekt für Marken, die auf Amazon skalieren und gleichzeitig volle Kontrolle über ihre externe Traffic-Strategie behalten wollen.

Auch wir bei sustainazn nutzen OnePage, um für unsere Kunden hochkonvertierende Landingpages aufzubauen. Besonders bei externem Traffic auf Amazon ist OnePage für uns unverzichtbar – einfach, schnell und extrem effektiv.



“Wir arbeiten jetzt gute 1.5 Jahre mit OnePage. Besonders gut gefällt uns die einfache Bedienung und das sehr gute Preis/Leistungsverhältnis. Wir können damit schnell und unkompliziert Landingpage-Projekte umsetzen.”

Carsten Wanka,
Inhaber bei cWerbung UG

Teste OnePage kostenlos und baue noch heute Landingpages für deine Produkte auf Amazon

[Kostenlos OnePage testen](#)

Kapitel 6: Messen, was wirklich zählt - Dein Weg zur Profitabilität

Viele Marken optimieren sich zu Tode, indem sie auf die falsche Kennzahl starren: den ACoS. Ein niedriger ACoS sieht gut aus, bedeutet aber nicht zwangsläufig, dass dein Geschäft wächst oder profitabel ist.

Fehler #8: Warum der ACoS allein in die Irre führt

Der ACoS misst nur die Effizienz deiner Werbeausgaben im Verhältnis zum werbegenerierten Umsatz. Er ignoriert den wichtigsten Teil deines Erfolgs: die organischen Verkäufe. Du könntest eine Werbekampagne mit hohem ACoS stoppen, ohne zu merken, dass sie entscheidend für dein organisches Ranking war und das "Flywheel" angetrieben hat.

Lösung: Den TACoS als Leitstern etablieren

Die Kennzahl der Gewinner ist der TACoS (Total Advertising Cost of Sales). Er misst deine Werbeausgaben im Verhältnis zu deinem Gesamtumsatz (werbegetrieben + organisch).

Formel: $TACoS = (\text{Gesamte Werbeausgaben} / \text{Gesamtumsatz}) * 100$

Der TACoS zeigt die wahre Gesundheit deines Amazon-Business. Zu Beginn wird er hoch sein, da fast alle Verkäufe über Werbung generiert werden. Das Ziel ist, den TACoS im Laufe der Zeit zu senken. Ein sinkender TACoS bei einem stabilen oder sogar steigenden ACoS ist der ultimative Beweis dafür, dass deine Werbeinvestitionen erfolgreich organisches Wachstum antreiben. Deine Werbung kauft nicht nur Sichtbarkeit, sie baut dein Business auf. Erinnere dich an das Amazon Flywheel.

Durchschnittliche Benchmarks für deine D2C Marke

60%

Durchschnittlicher
ACoS

bei neuen Produkten
in den ersten 3
Monaten

15-20%

Ziel-TACoS

für etablierte
Produkte nach 12
Monaten

40-50%

Organischer
Umsatzanteil

am Gesamtumsatz
nach erfolgreichem
Flywheel-Aufbau

Checkliste: KPI-Management

- TACoS-Tracking:** Der TACoS wird wöchentlich oder monatlich berechnet und dokumentiert.
- KPI-Dashboard:** Ein einfaches Dashboard mit den wichtigsten Kennzahlen (Umsatz, ACoS, TACoS, Sessions, Conversion Rate) ist etabliert.
- Zieldefinition:** Ein Ziel-TACoS für die Wachstums- und Profitabilitätsphase ist definiert.
- Strategische Entscheidungen:** Entscheidungen über Werbebudgets werden nicht nur auf Basis des ACoS, sondern immer auch mit Blick auf den TACoS getroffen.

sellerboard

- Detailliertes KPI Management
- PPC-Automatisierung
- FBA-Lagerbestands Management

Teste **JETZT** sellerboard für 2 Monate
ohne ein Zahlungsmittel hinterlegen
zu müssen

[JETZT 2 Monate kostenlos testen](#)

Kapitel 7: Markenschutz und Skalierung

Erfolg auf Amazon zieht Nachahmer an und erfordert proaktiven Amazon-Markenschutz, bietet aber gleichzeitig große Chancen zur internationalen Skalierung und Markendarstellung.

Die Amazon Brand Registry als Schutzschild

Die Amazon-Markenregistrierung ist dein wichtigstes Werkzeug zum Schutz deines geistigen Eigentums. Sie ist kostenlos, erfordert aber eine eingetragene Marke (z.B. beim DPMA oder EUIPO).

<p>Kontrolle über Listings</p> <p>Alleinkontrolle über Produktdetailseiten-Inhalte.</p>	<p>Proaktiver Schutz</p> <p>Amazon KI erkennt und entfernt proaktiv Markenrechtsverletzungen und Fälschungen.</p>	<p>Exklusive Marken-Tools</p> <p>Brand Registry schaltet A+ Content, Brand Stores und Amazon Attribution frei.</p>
--	--	---

Internationale Expansion: Chancen und Hürden

Amazon macht es verlockend einfach, in andere europäische Märkte (z.B. Frankreich, Italien, Spanien) oder sogar in die USA zu expandieren. Das Potenzial ist riesig, aber die Komplexität ebenfalls.

Worauf du achten musst:

- **Umsatzsteuer:** Die größte Hürde. Du musst dich in jedem Land, in dem du lagerst (FBA), steuerlich registrieren. Nutze hierfür unbedingt spezialisierte Dienstleister.
- **Lokalisierung:** Übersetze deine Listings nicht einfach. Passe sie an die kulturellen Gegebenheiten und die lokalen Suchbegriffe an.
- **Logistik:** Programme wie das Pan-EU-Programm von Amazon können die Logistik vereinfachen, erhöhen aber die steuerliche Komplexität.

Checkliste: Markenschutz und Skalierung

- Brand Registry:** Deine Marke ist in der Amazon Brand Registry registriert.
- Markenschutz:** Du überwachst deine Listings regelmäßig auf unautorisierte Verkäufer.
- Analyse:** Kosten & Potentiale für eine Expansion in weitere Märkte sind analysiert.
- Steuer-Setup:** Ein Plan für die steuerliche Abwicklung im Ausland ist vorhanden.

Was macht sustainazn?

Wir sind eine spezialisierte Amazon-Agentur, die D2C-Marken dabei hilft, ihr volles Potenzial auf dem Markt zu entfesseln. Wir kombinieren datengetriebene Strategien mit operativer Umsetzungsstärke. Von der Keyword-Recherche über das PPC-Management bis zur Optimierung mit externem Traffic – wir kümmern uns um alle Stellschrauben, damit dein Amazon-Flywheel ins Laufen kommt und nachhaltig wächst.



Von 0 auf 6-stellige Monatsumsätze – profitabel in nur wenigen Monaten

„Zunächst waren wir unsicher, ob Amazon der richtige Kanal ist. Mit sustainazn wurde unser Amazon-Account profitabel und wir erzielten 6-stellige Umsätze. Wir konzentrierten nun uns auf Produkt- und Markenentwicklung.“



Sander van Bladel
CEO & Co-Founder
Yepoda GmbH



🚀 Von 0 auf 400+ Spar-Abonnenten – und nach 12 Monaten profitabel auf Amazon

„Als wir mit sustainazn starteten, hatten wir kein Amazon-Know-how. Heute haben wir einen Brandstore, fast 400 Spar-Abonnenten und sind profitabel. Besonders half uns die strategische Perspektive – von Pricing bis zu wiederkehrenden Umsätzen.“



Fritz Hinrichsmeyer
CEO & Co-Founder
4peoplewhocare GmbH

Fazit: Deine nächsten Schritte zum Erfolg

Du hast jetzt das Wissen, um die typischen Fehler zu vermeiden und deine D2C-Marke auf Amazon zu den Gewinnern zu führen. Der Weg erfordert Strategie, Disziplin und kontinuierliche Optimierung.

Die Komplexität von Amazon kann überwältigend sein. Statt dich allein durch den Dschungel aus Keywords, Gebotsstrategien und Algorithmus-Updates zu kämpfen, kannst du auf die Expertise von Profis setzen. Ein erfahrener Partner wie sustainazn übernimmt die operative Exzellenz und strategische Steuerung, damit du dich auf das konzentrieren kannst, was du am besten kannst: eine großartige Marke aufbauen und herausragende Produkte entwickeln.

Bist du bereit, dein volles Potential zu entfesseln?

Kostenlose Potenzialanalyse

Plane eine kostenlose Potenzialanalyse mit unseren Amazon-Wachstumsexperten. In einem 30-minütigen Gespräch analysieren wir deine Marke und zeigen dir konkrete, umsetzbare nächste Schritte auf.

Teile diesen Guide

Teile diesen Guide mit deinem Netzwerk, um auch anderen D2C-Gründern zu helfen, auf Amazon erfolgreich zu sein.



Siehe dir an, wie wir den Markenauftritt der D2C Marke “forpeople” auf Amazon auf ein neues Level heben konnten:

→ [Hier geht's zum Video](#)

Buche JETZT eine kostenlose Potenzialanalyse für deine D2C Marke

[Gratis Strategie-Call vereinbaren](#)