



AMVISOR DATA SCIENCE & RESEARCH CENTER

WACHSTUM UNTER DRUCK

MARKEN ZWISCHEN PROFITABILITÄT,
ZENTRALISIERUNG UND
INTERNATIONALISIERUNG

Einleitung: Wachstum unter Druck.



Anlässlich der ASK 2025 Konferenz in Marburg kamen führende Hersteller und Marken zu einer Paneldiskussion über den Status quo des Amazon-Vendor-Geschäfts zusammen. Im Fokus standen zentrale Fragestellungen.

Die Diskussion offenbarte eine gemeinsame Realität: Wachstum auf Amazon ist zunehmend an komplexe Zielkonflikte gebunden – zwischen Rentabilität, Zentralisierung und internationaler Expansion. Steigender Margendruck, wachsende Werbekosten und logistische Herausforderungen im grenzüberschreitenden Versand prägen maßgeblich das operative Handeln von Marken – und ihre strategische Zukunftsplanung.

Gestützt auf anonymisierte Daten von tausenden ASINs sowie angereichert durch die Perspektiven von über 100 Branchenvertreter:innen, beleuchtet dieser Report die strukturellen Spannungsfelder, die das aktuelle Vendor-Ökosystem definieren – und die Entscheidungen, die dessen nächste Entwicklungsphase bestimmen werden.

Fokussierung auf Schlüsselfragen:

- Wie stark ist das Volumen grenzüberschreitender Lieferungen in den letzten Jahren gestiegen?
- Wie hat sich der NetPPM (Net Pure Product Margin) in den vergangenen zwei Jahren entwickelt?
- Mit welchen Maßnahmen versucht Amazon, profitabel zu bleiben?
- Wie hat sich das Werbebudget innerhalb der letzten zwei Jahre verändert?



LINDA HALFTER

CCO AMVISOR

“In jedem Kundengespräch tauchen die gleichen Themen auf – enge Margen, steigende Werbekosten und die Komplexität globaler Expansion. Dieser Report verleiht diesen Herausforderungen eine datenbasierte Grundlage und zeigt: Kein Unternehmen steht damit allein da.”

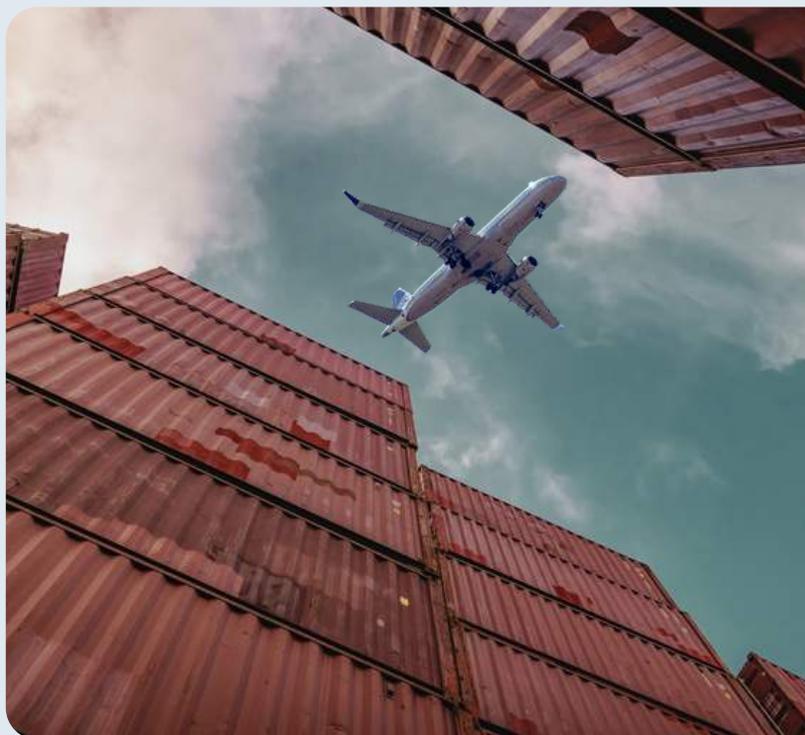
Wie stark sind die grenzüberschreitenden Sendungen gestiegen?



Mit jedem fünften Euro aus dem Ausland: Wie beeinflusst der grenzüberschreitende Vertrieb Ihre Prozesse mit Amazon?

Laut einer Datenanalyse von AMVisor war in den Jahren 2023 und 2024 **jedes zweite Produkt (ASIN)** mit einem **grenzüberschreitenden Versand** verbunden. Die durchschnittliche Anzahl grenzüberschreitender Lieferungen pro ASIN stieg dabei um **40%** – ein klarer Indikator für die zunehmende Internationalisierung innerhalb des Amazon-Vendor-Geschäfts.

Besonders deutlich wird dieser Trend beim Blick auf den Anteil indirekter Umsätze: **Lag dieser 2023 noch bei 17%, stieg er im Jahr 2024 auf 21%**. Der wachsende Anteil internationaler Erlöse verändert nicht nur die logistischen Anforderungen, sondern auch die strategischen Überlegungen vieler Marken im Umgang mit Amazon.



40%

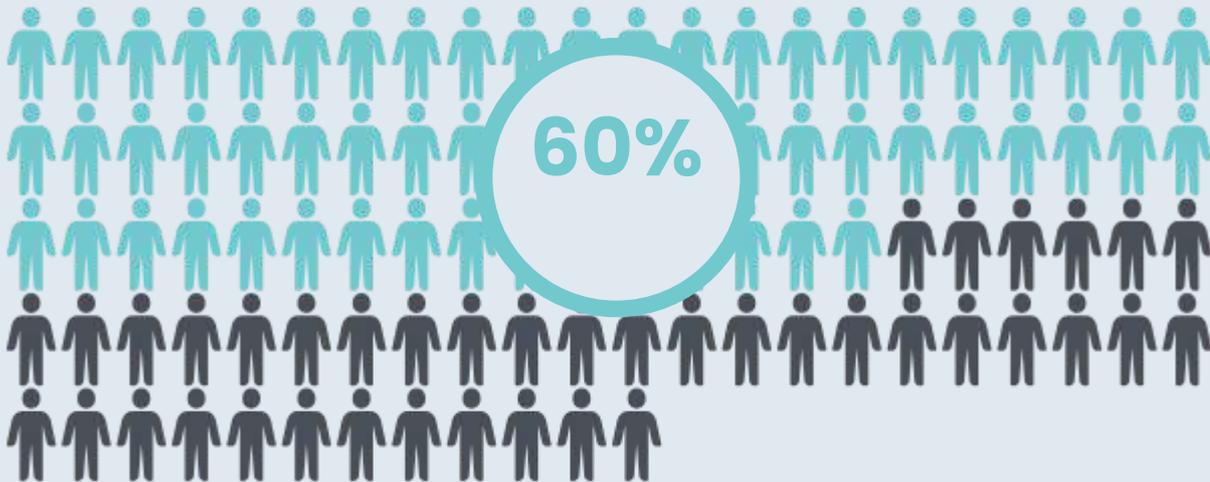
Wichtige Erkenntnisse

- Jeder 2. Artikel im Jahr 2024 wurde grenzüberschreitend versendet
- 40 % mehr im Jahr 2024 von diesen ASINs
- Umsatzsteigerung von 4 % aus indirekten Verkäufen im Vergleich zum Vorjahr
- Jeder fünfte Euro stammt aus Verkäufen außerhalb Deutschlands.

Fazit

Diese Entwicklung erfordert zunehmend klar definierte, transnationale Vertriebs- und Lagerverwaltungsstrukturen, um eine effiziente und rentable Skalierung zu ermöglichen.

Profitabilität unter Druck



Die Net PPM im Vendor-Modell verzeichnete einen **2%igen Anstieg im Jahresvergleich**.

60% unserer Kunden berichten von steigendem Margendruck seitens Amazon. Dies zwingt Hersteller dazu, ihre Preise weiter zu senken, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Die Alternative – Preisanpassungen nach oben – macht das Produkt für Endkunden unattraktiv. Das Ergebnis ist ein Dilemma: Verlust auf der Herstellerseite oder unzureichende Verkaufszahlen.

+2 % YoY NetPPM

Schlussfolgerung

Bereits eine geringe Steigerung von 2% hat einen erheblichen Einfluss auf die Rentabilität bei Amazon. Sie verändert die gesamte Herangehensweise an jährliche Verhandlungen mit Amazon und ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg.



Investition mit unverändertem Effekt?



Nicht nur die Werbeausgaben sind in den letzten zwei Jahren gestiegen, sondern auch die Werbekosten (RACOs, TACOs) haben zugenommen.

Laut der Datenanalyse von AMVIsor wurde 2024 **20% mehr** in Werbung investiert als 2023, und **17% mehr Produkte (ASINs)** wurden beworben. Dies deutet darauf hin, dass Marken insgesamt ihre Werbeausgaben auf Amazon erhöht haben.

In Bezug auf die Werbekosten beobachteten wir einen Anstieg des RACO um etwa 6,5%, was auf steigende Werbekosten im Verhältnis zum Einsatz hindeutet. Der TACO blieb jedoch weitgehend unverändert, was bedeutet, dass das Verhältnis zwischen Werbeausgaben und Gesamtumsatz konstant blieb.

Fazit

Dies deutet darauf hin, dass die Werbeeffizienz trotz der höheren Werbeinvestitionen nicht gesenkt wurde.



Wichtige Erkenntnisse

20% mehr Investitionen in Werbung und 17% mehr beworbene Produkte – trotz steigender Werbekosten bleibt die Werbeeffizienz stabil.



Stimmen aus der Praxis : 100 E-Commerce-Experten

Ergebnisse der Umfrage auf dem ASK

Neben der Datenanalyse wurden auf der diesjährigen ASK in Marburg 100 Branchenvertreter befragt. Die Ergebnisse bestätigen die Hypothesen:

Was ist aus deiner Sicht der Hauptgrund für steigende Amazon-Profitabilität?

Grenzüberschreitender Versand

1. Höhere Gebühren & aggressive Preispolitik
2. Intelligente Strategien der Vendoren
55 % der Anbieter unterschätzten den Anstieg grenzüberschreitender Sendungen.

NetPPM Steigend

Über **50 %** erlebten einen höheren NetPPM letztes Jahr.

Amazonas Rentabilität

Über **60 %** nennen höhere Gebühren und eine aggressivere Preispolitik als Haupttreiber für die Rentabilität von Amazon.

Werbung Budget

Über **60 %** haben ihre Werbebudgets in den letzten Jahren deutlich erhöht.

Werbung Strategie

Über **50 %** bevorzugen interne Teams für die Verwaltung von Amazon-Werbung.

Das AMVIsor Digital Shelf Plugin



Intelligentere Einblicke. Stärkere Strategien.

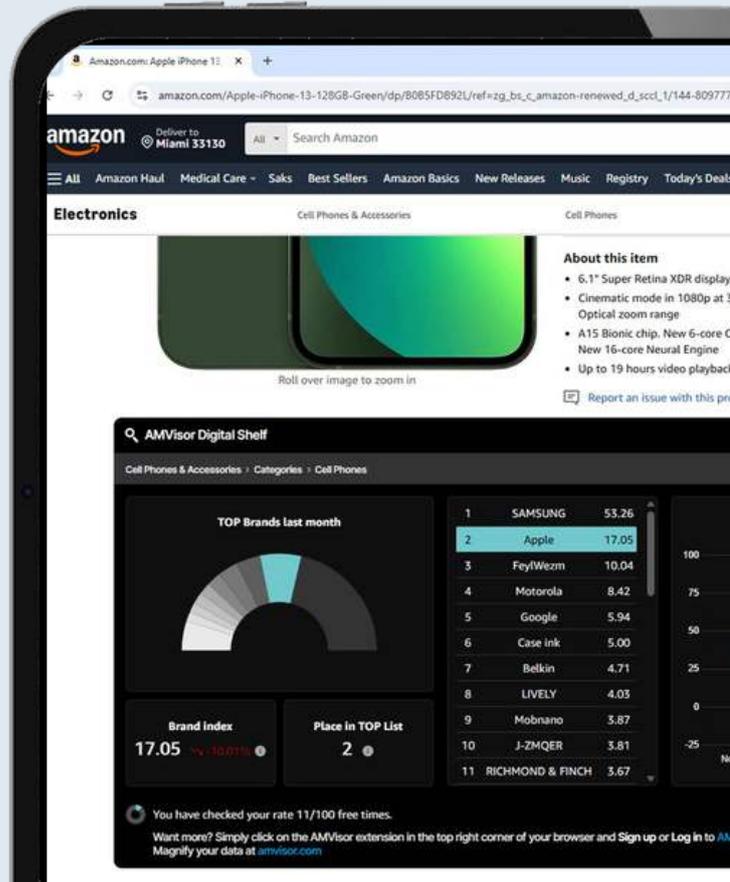
Die AMVIsor Digital Shelf Browser-Erweiterung bringt ein Echtzeit-Benchmarking direkt auf die Produktdetailseiten von Amazon.

Bewerten Sie sofort die Sichtbarkeit Ihrer Marke, verfolgen Sie Performance-Trends und gewinnen Sie wichtige Markteinblicke – ganz ohne die Seite zu verlassen.

Neu:

- **Performance-Benchmarking** – Vergleichen Sie Ihre Marke direkt mit der Konkurrenz.
- **Trend-Analyse** – Erkennen Sie aufkommende Trends frühzeitig, um einen Schritt voraus zu sein.
- **Markteinblicke** – Passen Sie Ihre Strategie an Kategoriewechsel und Käuferverhalten an.

Angetrieben durch öffentlich zugängliche Amazon-Daten stellt AMVIsor sicher, dass die Privatsphäre gewahrt bleibt, während zuverlässige und präzise Analysen geliefert werden.



Magnified

"Wie frustrierend ist es, zu versuchen, den Stand meiner Marke auf Amazon zu erkennen! Genau deshalb haben wir Digital Shelf entwickelt – um E-Commerce-Teams sofortige Klarheit zu verschaffen, ohne sich durch endlose Berichte wühlen zu müssen."

TINA FRIEDRICH

CMO AMVISOR

Probieren Sie es

Für Edge holen



Für Chrome holen



Methode der Analyse



Analyse des Amazon Vendor Commercial Business

Der AMVisor Data Science & Research Report enthält anonymisierte Daten von Hunderttausenden von ASINs im Vendor-Geschäft von Amazon.

Wir haben die Entwicklung von Metriken über die Jahre 2022 bis 2024 analysiert. Diese ASINs waren während des Bewertungszeitraums aktiv auf dem deutschen, Amazon-Markt gelistet.

Amazon

Die Daten stammen aus den proprietären Datenbanken von AMVisor und dem öffentlichen Frontend von Amazon, wobei der Schwerpunkt auf Anbietern mit bekannten Marken liegt, die das AMVisor-Betriebssystem verwenden.

Diese Metriken repräsentieren nicht die offizielle Leistung von Amazon oder Vendoren, sondern zielen darauf ab, Trends im 1P-Vendor-Geschäft von Amazon und in den globalen Marktkategorien hervorzuheben. Obwohl die Bemühungen die Genauigkeit gewährleisten, kann es zu statistischen Abweichungen kommen.



"Die Daten zeigen deutlich, wie sich das Wachstum auf Amazon verändert. Ich habe Muster analysiert und furch die Betrachtung relevanter Metriken über die Jahre hinweg die Auswirkungen von Internationalisierung und Zentralisierung systematisch erfasst."

Lukas Rommel

Data Scientist AMVisor

Mehr Informationen für Amazon-Datenanalysen?



Kontaktieren Sie uns!

AMVisor bietet führende E-Commerce-Datenlösungen, die speziell auf globale Hersteller zugeschnitten sind. Diese optimieren die Produktverfügbarkeit und Rentabilität auf Amazon durch benutzerfreundliche Dashboards.

AMVisor GmbH (Hauptsitz)
Chemnitz, Deutschland
+49 371 355888 0

Kontakt
Tina Friedrich
CMO | AMVisor
tfriedrich@amvisor.com

AMVisor Corporation
Miami, Florida, Vereinigte Staaten von Amerika
[+1 888 8033990](tel:+18888033990)

Data Scientist
Lukas Rommel

Connect
info@amvisor.com
[amvisor.com](https://www.amvisor.com)



Urheberrecht
Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.
© AMVisor 2025