

Herausgeber: Internet World Business
Quelle: www.heftarchiv.internetworld.de
Autor: Internet World Business
Erscheinungsdatum: 23.05.2016

* * *

Verbote vermeiden

www.fostec.de

Marken sollten bei Amazon Gesicht zeigen, anstatt den Vertrieb verbieten zu wollen



„Statt gerichtlicher Verbote nachvollziehbare, faire Regeln für den Verkauf über den Marktplatz“

Markus Fost Geschäftsführer Fostec Commerce Consultants & Fostec Ventures GmbH www.fostec-ventures.de

Foto: FOSTEC Commerce Consultants

Amazon ist das rote Tuch für Marken. Immer wieder versuchen sie mithilfe von Gerichten, Händlern den Verkauf über den Marktplatz zu verbieten und selektive Vertriebssysteme durchzusetzen. Mal gelingt das, mal nicht. Egal ob Rucksack, Parfüm, Sportbekleidung oder Mode: Marken sollten bei Amazon Präsenz zeigen. Tun sie es nicht, schmälern sie nicht den Erfolg von Amazon, sondern ihren eigenen.

Natürlich tummeln sich auf Amazon viele Händler – und mit der Konkurrenz steigt die Gefahr des Preisverfalls. Schließlich bleibt auf einem Marktplatz, der alle Angebote vergleichbar macht, als einziger Differenzierungsfaktor oft der Preis übrig. Nur die günstigsten Anbieter können sich außerdem in den Sucher-

gebnissen von Amazon einen Platz in der hervorgehobenen Buy-Box erobern. Sie können mit sicherem Absatz kalkulieren und Einnahmen erzielen. Der Rest der Ergebnisliste wird kaum mehr beachtet. Angesichts der Preiserosion von Markenware ist der Aufwand nachvollziehbar, den Hersteller für Marktplatz- und Amazon-Verbote betreiben.

Dem gegenüber steht der Erfolg und die Anziehungskraft der Plattform: Amazon erreicht hierzulande jeden zweiten Haushalt. Allein in Deutschland setzt der US-Händler selbst rund zwölf Milliarden Euro um, die Einnahmen der auf dem Marktplatz aktiven Händler summieren sich auf schätzungsweise mehr als zehn Milliarden Euro. So steht Amazon inzwischen für etwa die Hälfte des E-Commerce-Umsatzes in Deutschland. Tendenz: rapide steigend. Es ist absehbar, dass der Online-Händler bald schon drei Viertel des deutschen E-Commerce-Volumens vereinnahmen wird. Dieser Entwicklung hat der übrige Online-Handel bisher wenig bis nichts entgegengesetzt. Als disruptives System revolutioniert Amazon mit seiner Marktmacht den Handel. Der Marktplatz entwickelt sich überdies immer stärker zur wichtigsten Suchmaschine für Produkte. Nur noch wenige starke und bestens bekannte Marken können es sich leisten, Amazon zu ignorieren. Fraglich ist außerdem, ob Marken auf die größte Verkaufsmaschinerie verzichten können, wenn sie nennenswerte Online-Anteile aufbauen wollen. Schließlich verlagert sich immer mehr Handelsgeschäft ins Internet. Immer mehr Händler werden auf Amazon aktiv. Hier etablieren sich Online-Marken, die etablierte Marken schnell aus der Gunst der Käufer verdrängen. Aber dabei wird längst nicht mehr nur auf Amazon gekauft: Gerade im Buchhandel bürgert es sich immer mehr ein, dass Kunden auf Amazon Titel recherchieren, die sie dann anderswo – durchaus auch im Laden um die Ecke – bestellen. Eine Entwicklung, die neue Perspektiven für Marken wie für Händler eröffnet.

Die einen mögen den Komfort, die anderen nutzen Amazon lediglich als Suchmaschine. Doch aus beiden Gründen ist Dabeisein alles auf dem Marktplatz – auch wenn das den Marken schwerfällt. Statt gerichtlich Verbote zu erzwingen, sollten sie endlich lernen, mit Amazon strategisch umzugehen. Gegen die Gefahr des Preisverfalls sollten sie sichere, selektive Vertriebssysteme entwickeln und Händlern nachvollziehbare, faire Regeln für den Verkauf über den Marktplatz an die Hand geben.

* * *

Bitte beachten Sie, dass die Text- und Bildrechte dieses Artikels beim oben genannten Herausgeber liegen und für mögliche fehlerhafte Informationen übernimmt FOSTEC Commerce Consultants keine Haftung.

Diese Pressberichterstattung sowie weitere Pressemitteilungen finden Sie auch im Internet unter fostec.de/presse/.

Über FOSTEC Commerce Consultants

FOSTEC Commerce Consultants ist die führende neutrale und unabhängige Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten im digitalen Handel. Der Fokus liegt neben den Anforderungen von Existenzgründern, Startups, kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) vor allem auf der Entwicklung von E-Commerce Strategien für produzierende Unternehmen und Konzerne.

Das Leistungsspektrum erstreckt sich über diverse E-Business/E-Commerce Geschäftsmodelle, Strategien und Vertriebsoptionen, welche wir maßgeschneidert für unsere Kunden konzipieren. Neben der Konzeption zeichnet FOSTEC Commerce Consultants eine hohe Expertise in der Umsetzung aus, weswegen wir Sie sehr gerne in der Operationalisierung unterstützen. www.fostec.de

Pressekontakt:

Markus Fost
FOSTEC Commerce Consultants
Königstrasse 10C
D-70173 Stuttgart
Telefon: +49 (0) 711-22254464
Telefax: +49 (0) 711-22254200
E-Mail: m.fost@fostec.de