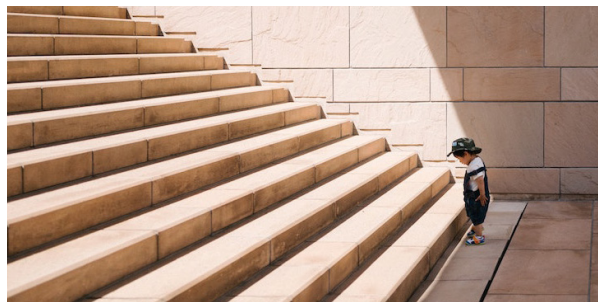


CHECKLISTE: SCHRITT FÜR SCHRITT ZUM EIGENEN FBA-BUSINESS!

SIE WOLLEN IHR EIGENER HEF SEIN, MITARBEITER ANLEITEN, IHR TRAUMPRODUKT AUF DEN MARKT BRINGEN UND MIT AMAZON FBA GELD VERDIENEN?

Die Selbstständigkeit ist für viele ein Lebenstraum. Doch der Start ist oft schwierig, nicht nur finanziell, auch organisatorisch. Wie ein Berg türmt sich die To-do-Liste auf und der Tag könnte gut und gerne ein paar Stunden länger sein. Gerade Händler, die zuvor noch kein eigenes Business hatten, können davon ein Lied singen.



Zudem sind noch einige Dinge zusätzlich zu beachten, wenn man sich für ein Amazon FBA-Gewerbe entscheidet. Mit dieser handlichen Checkliste vergessen Sie garantiert keine Erledigung mehr und können schon bald die ersten Bestellungen verzeichnen!

1. TO-DO: GEWERBEANMELDUNG

Der erste Punkt unserer Amazon FBA-Anleitung beinhaltet die Gründung eines Gewerbes. Nur so ist es überhaupt möglich, ein professionelles Verkäuferkonto auf Amazon zu eröffnen, da während der Registrierung nach dem Gewerbeschein bzw. dem Handelsregister gefragt wird. Viele erfolgreiche Händler haben als Einzelunternehmer begonnen und sind dann irgendwann zu einer GmbH angewachsen. Das hat vor allem den Vorteil, dass am Anfang, wenn die Umsätze noch gering sind, Unternehmer auf nicht zu unterschätzende steuerliche Vorteile bauen können.

Doch daneben gibt es noch mindestens zwei andere Geschäftsmodelle, die Neu-Unternehmer wählen können. Welche Rechtsform bzw. welches Geschäftsmodell passend ist, finden Sie hier: [Die richtige Unternehmensform für Ihr FBA-Business](#).

2. TO-DO: ERÖFFNUNG EINES GESCHÄFTSKONTOS

Klingt banal, ist es aber keineswegs. Zwar ist ein separates Konto für Einzelunternehmer keine Pflicht, es kann aber schnell unangenehm werden, wenn das private Girokonto als Geschäftskonto genutzt wird.

Bei einer **Steuerprüfung** wäre es sehr schwierig, private von geschäftlichen Buchungen zu unterscheiden.

Viele **Banken** verbieten die gewerbliche Nutzung und würden bei einem Verstoß das Konto kündigen.

Bei Unternehmensformen, die als juristische Person gelten, ist der Geschäftsführer verpflichtet, ein separates Geschäftskonto zu führen. Dazu gehören beispielsweise die GmbH und die UG.

Aus diesen Gründen findet sich die Empfehlung zur Eröffnung eines Geschäftskontos in den meisten Ratgebern und auch in dieser Amazon FBA-Anleitung.

3. TO-DO: ERÖFFNUNG EINES GESCHÄFTSKONTOS

Auch wenn am Anfang des Abenteuers „Amazon“ möglicherweise noch die Kleinunternehmerregelung greift, wird das nicht ewig so bleiben, weshalb es trotzdem wichtig ist, bereits jetzt eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer zu besitzen. Denn andernfalls kann es passieren, dass Verkäufer doppelt Steuern zahlen. Normalerweise erhalten Händler Brutto-Rechnungen mit ausgewiesener Umsatzsteuer. Da Amazon aber in Luxemburg sitzt, bekommen Verkäufer Netto-Rechnungen, auf deren Basis der Händler seine Umsatzsteuer abführt.

Ist aber keine Steuer-ID im Seller Central hinterlegt, geht der Handelskonzern auf Nummer sicher und führt die Umsatzsteuer selbst ab. Das entbindet den Händler aber nicht von seiner Pflicht, für die Zahlung der Steuer Sorge zu tragen, sofern die Kleinunternehmerregelung nicht (mehr) greift. Um also nicht in den Verdacht der Steuerhinterziehung auf sich zu ziehen, würde der Händler ebenfalls die Umsatzsteuer

4. TO-DO: BEANTRAGUNG DER EORI-NUMMER

Punkt Nummer 4 dieser Amazon FBA-Anleitung kommt zwar nur beim Import zum Tragen, betrifft damit aber trotzdem einen großen Teil der Marktplatz-Verkäufer. Die Economic Operators' Registration and Identification ist eine Identifikationsnummer, ohne die der gewerbliche Import in die Europäische Union für gewerbliche Personen nicht möglich ist. Damit dient die EORI-Nummer als eindeutiger Identifikator des zuständigen Importeurs und kann beispielsweise [beim deutschen Zoll](#) beantragt werden.

5. TO-DO: ANMELDUNG BEI AMAZON

Ohne ein Verkäuferkonto ist es nicht möglich, auf Amazon zu verkaufen. Die Anmeldung ist relativ einfach über [diese Seite](#) möglich. Dabei sollten Neulinge vor allem beachten, dass sie die Option abwählen, auf allen Marktplätzen gleichzeitig zu verkaufen. Vor allem anfangs ist es durchaus sinnvoll, zuerst ausschließlich auf Amazon DE zu verkaufen. Schon beim europaweiten Verkauf müssten noch einige weitere Punkte zu dieser Amazon FBA-Anleitung hinzukommen. So wird beispielsweise in jedem Land, in dem Ware lagert, eine Umsatzsteuer-ID benötigt. Wer sich hingegen auf Deutschland konzentriert, kann Amazon zuerst einmal kennen lernen und erste Erfahrungen als Händler sammeln.

Außerdem fragt Amazon während der Registrierung, ob es ein Basiskonto oder ein professionelles Konto sein soll. Die professionelle Variante kostet 39 Euro monatlich und lohnt sich schon ab etwa 40 verkauften Artikeln im Monat. Normalerweise wird dieser Wert schnell erreicht und Händler können getrost direkt mit einem professionellen Verkäuferkonto starten. Da der Wechsel aber relativ einfach ist, ist es auch möglich, sich zuerst für das Basiskonto zu registrieren, wenn absehbar ist, dass der Launch des ersten Produkts noch einige Monate auf sich warten lässt.

6. TO-DO: RECHERCHE DES ERSTEN PRODUKTES

Es ist eine der wichtigsten Aufgaben: die Produktrecherche. Von ihr kann abhängen, ob ein Business floriert oder schon nach wenigen Monaten wieder Geschichte ist. Besonderes Augenmerk sollten Verkäufer auf die [Marktanalyse](#) legen. Selbst mit einem sehr guten Produkt kann der Verkauf aussichtslos sein, wenn zu viele Wettbewerber sich bereits auf Amazon tummeln oder sogar der Konzern selbst das gleiche oder ein sehr ähnliches Produkt anbietet.

Denn auf dem Online-Marktplatz kommt es auf viel mehr an als nur auf eine gute Produktidee. Wer Handelsware verkauft, konkurriert um die Buy Box, ohne die es kaum möglich ist, genügend Sales zu erzielen. Wer Private Label anbietet, muss wiederum ein möglichst hohes Ranking innerhalb der Suchergebnisse erzielen. Übermäßige und vor allem bereits etablierte, erfahrene Konkurrenten machen beide Vorhaben extrem schwierig.

Alle, die tiefer in das Thema Produktrecherche einsteigen wollen, als diese Amazon FBA-Anleitung es bieten kann, klicken hier: [Recherche von neuen Produkten für Amazon](#).

7. TO-DO: SUCHE NACH EINEM HERSTELLER

Das Produkt kennt der Neuling nun also – dann ist es an der Zeit, sich um einen passenden Hersteller zu kümmern. Und dabei gilt nicht, dass der niedrigste Preis gewinnt. Eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung zwischen Händler und Hersteller ist enorm wichtig, um gemeinsam das FBA-Business auf Amazon Schritt für Schritt aufzubauen. Einen Hersteller zu finden, bedeutet daher, viele verschiedene Produzenten anzuschreiben, Preise zu vergleichen und eine Liste mit allen Favoriten zu erstellen. Ein Produktmuster dieser Favoriten hilft dann bei der finalen Entscheidung.

Eine zentrale Frage ist dabei oft, ob in Deutschland, in der EU oder in einem Drittstaat gesourct werden soll. Zwar sind viele asiatische Hersteller günstiger und viele Produkte, die auf den einschlägigen Portalen wie *alibaba.com* angeboten werden, qualitativ nicht unbedingt schlechter.

Doch wer aus einem Nicht-EU-Staat Ware in die Europäische Union importiert, gilt gleichzeitig auch als Importeur – und trägt somit das volle Haftungsrisiko. Da kann es durchaus Sinn machen, lieber auf *w/w.de* oder *zentrada.de* nach Produzenten Ausschau zu halten.

Für alle, die sich beim Lesen dieser Amazon FBA-Anleitung unsicher sind, wie und wo sie das Sourcing angehen sollen, bekommen in unserem Blog noch mehr [Expertentipps zum krisensicheren Sourcing](#) und welche Vorteile [Sourcing in China vs. der EU](#) hat.

8. TO-DO: BESCHAFFUNG VON PATENTEN UND ZERTIFIKATEN

Dieser Punkt ist sehr wichtig, um Rechtssicherheit zu erlangen und sollte unbedingt vor dem ersten Einkauf abgeklärt werden. Dass ein Patent auf einem Produkt liegt, ist denkbar ungünstig, denn dann benötigen Händler die Erlaubnis des Patentinhabers, um ein Produkt überhaupt verkaufen zu dürfen.

Ein erstes Indiz dafür ist beispielsweise der exklusive Verkauf des Produkts durch nur einen (großen) Hersteller. Trotz der hohen Kosten empfehlen wir in dieser Amazon FBA-Anleitung ganz klar, mit einem Patentanwalt zusammenzuarbeiten.

Auch um Zertifikate müssen sich FBA-Verkäufer in vielen Produktkategorien kümmern – zum Beispiel bei Kinderspielzeug, Kosmetika oder Lebensmitteln. Als Faustregel gilt: Wenn es den Körper berührt, braucht das Produkt wahrscheinlich ein Zertifikat. Nicht nur der Hersteller kann hier konkrete Hinweise geben, auch der Zoll oder der TÜV sind eine gute Anlaufstelle.

9. TO-DO: MARKENNAME, LOGO UND DESIGN

Für Private Label-Händler beginnt nun der kreative Teil: Ein Markenname will gefunden werden, ein Logo muss her und auf dieser Basis kann dann auch das Design der Produktverpackung angegangen werden. Selbstverständlich sollte der Wiedererkennungswert hoch sein, es haben sich aber die unterschiedlichsten Marken auf dem Markt etabliert. Eine Geheimformel für diesen Punkt unserer Amazon FBA-Anleitung gibt es nicht.

Wichtig ist allerdings, dass Name, Logo und Design keine anderen Markenrechte verletzen, ansonsten kann eine Abmahnung mit Unterlassungserklärung die Folge sein. Deswegen sollten angehende Verkäufer immer recherchieren, ob sie unter dem anvisierten Markennamen bereits auf Google und Amazon Suchergebnisse finden oder eine [Eintragung im DMPA-Register](#) vorliegt.

10. TO-DO: KAUF VON EAN-NUMMERN

Zwar brauchen Marktplatz-Verkäufer nicht unbedingt eine EAN-Nummer, in dieser Amazon FBA-Anleitung kommen sie dennoch vor, denn ohne EAN-Nummer ist ein Produkt auf den Verkauf über Amazon beschränkt. Wer also vielleicht auch auf anderen Kanälen einsteigen will, benötigt diese Nummern, um seine Produkte zweifelsfrei zu identifizieren und keine Probleme mit der Warenwirtschaft zu bekommen. Zu erwerben sind EAN-Codes sowohl bei der [GS1 Germany](#) (in größeren Paketen) und bei der [GS1 Niederlande](#) (auch in kleineren Paketen).

11. TO-DO: EINKAUF DER PRODUKTE

Jetzt ist es an der Zeit, Logo und Verpackung mit dem Hersteller abzuklären und die erste Produktcharge zu bestellen. Dafür sollten alle Details besprochen werden, um am Ende keine böse Überraschung zu erleben, weil nicht alles so produziert wurde, wie der Händler sich das vorgestellt hat.

Auch die Bezahlung ist ein Thema für sich. Wer über Alibaba sourct, kann beispielsweise die Alibaba Trade Assurance nutzen. Dabei überweist der Auftraggeber an Alibaba, welche wiederum den Geldeingang gegenüber dem Hersteller bezeugen. Erst wenn die Ware beim Verkäufer eingetroffen ist und dieser bestätigt hat, dass alles okay ist, wird das Geld für den Hersteller freigegeben. Das schafft Sicherheit bei großen Summen. Wenn die Geschäftsbeziehung länger besteht und das Vertrauen wächst, ist natürlich auch die klassische Überweisung möglich.

12. TO-DO: ABSCHLUSS EINER BETRIEBSHAFTPFLICHT UND LIZENZIERUNG DER VERPACKUNG

Wie bereits weiter oben in dieser Amazon FBA-Anleitung erwähnt, gelten Importeure in der EU auch als Hersteller und tragen damit das Haftungsrisiko. Das wird wichtig, wenn es beispielsweise einen Unfall mit einem der Produkte gab und der Geschädigte Schadensersatz oder gar Schmerzensgeld verlangt. Deshalb sollten Private Label-Händler, die außerhalb der Europäischen Union sourcen, unbedingt eine Versicherung für diese Fälle abschließen.

Außerdem müssen Händler eigener Produkte für die Verpackungen, die sie in Umlauf bringen, gemäß der Verpackungsverordnung Sorge tragen, dass daraus entstehender Müll korrekt entsorgt bzw. recycelt wird. Dafür gibt es verschiedene Anbieter, zum Beispiel den Grünen Punkt.

13. TO-DO: ERSTELLEN DES LISTINGS AUF AMAZON

So banal, wie dieser Punkt unter all den wichtigen To-dos dieser Amazon FBA-Anleitung klingt, ist er gar nicht. Ganz im Gegenteil, das Listing, bestehend aus dem Produkttitel, den Bulletpoints, der Produktbeschreibung usw. wird letztendlich darüber entscheiden, ob ein Kunde das Produkt kauft oder wieder in die Suchergebnisse wechselt, um sich ein anderes Angebot anzusehen.

Zu beschreiben, wie Private Label-Händler ihr Listing optimieren sollten, wäre für diese Amazon FBA-Anleitung allerdings zu umfangreich. Mehr dazu können Sie in unserem Blogbeitrag zum Thema [Amazon SEO](#) lesen. Wichtig zu beachten ist auch die korrekte [Ansprache verschiedener Kundentypen](#).

14. TO-DO: VERSAND AN AMAZON

Bei den ersten Produktchargen ist es sicherlich angeraten, die Produkte zuerst stichprobenartig selbst zu kontrollieren und dann erst an Amazon zu senden. Wenn sich eine vertrauensvolle Geschäftsbeziehung zum Hersteller etabliert hat, kann dieser eventuell auch direkt an Amazon liefern.

In jedem Fall wird ein Versandauftrag benötigt, den Händler im Seller Central unter „Lagerbestand“ - „Lagerbestand verwalten“ erstellen können. Hinter dem jeweiligen Produktlisting gibt es dann die Option „Artikel an Amazon senden“. Nach Klick auf „Neuen Anlieferplan erstellen“ und einigen weiteren Schritten mit den Details zur Sendung und der Auswahl des Transporteurs können die Versandetiketten dann heruntergeladen werden. Normalerweise informiert Amazon den Händler nach einigen Tagen bis Wochen per Mail, dass die Sendung eingetroffen ist.

15. TO-DO: LAUNCH DES PRODUKTS

Der Absatz eines Produktes und die Anzahl an Rezensionen sind in Sachen Ranking extrem wichtig für Amazon. Diese FBA-Anleitung kann kaum alle Punkte abhandeln, die für einen guten Produktlaunch zu beachten sind. Passende Produktfotos sind beispielsweise ein nicht zu unterschätzender Punkt und sollten professionell erstellt werden. In jedem Fall sollten Neulinge sich auch darum kümmern, [Werbung zu schalten](#) und erste [Rezensionen zu generieren](#).

Wer um die Buy Box konkurriert, hat ähnlich herausfordernde Probleme und muss zuerst einmal mindestens 90 Tage auf Amazon verkaufen, um in die engere Auswahl zu kommen. Hier gilt es, die eigene Verkäuferleistung auf ein sehr hohes Niveau zu heben und dort zu halten. Alle wichtigen Metriken finden Händler hier: [Kriterien für die Buy Box](#).

16. TO-DO: PRÜFUNG VON FBA-FEHLERN

Mit Fulfillment by Amazon hat der E-Commerce-Gigant einen extrem hilfreichen Dienst für viele Händler geschaffen. Aber auch wenn Amazon bereits viele Prozesse automatisiert hat, arbeiten dennoch Menschen in den Logistikzentren. Und Menschen machen nun einmal Fehler. Es kann beispielsweise passieren, dass Artikel beschädigt oder falsch eingebucht werden, oder dass ein Kunde eine Retoure nicht zurücksendet. Für solche Fälle muss Amazon den FBA-Händler entschädigen. Anleitung oder Hilfestellung, um solchen Fehlern auf die Spur zu kommen, leistet der Onlineriese allerdings keine.

Dazu müssten Verkäufer bis zu 12 FBA-Berichte analysieren – eine extrem aufwändige Arbeit! Einfacher geht es mit entsprechenden Tools wie [Lost & Found](#). Dieses analysiert im Hintergrund alle Prozesse und meldet Ungereimtheiten direkt an den Händler. Alles, was dieser nun noch tun muss, ist den vorformulierten Text ins Seller Central zu kopieren und bei Amazon ein Ticket zu öffnen. Sollte es Probleme mit der Erstattung geben, helfen außerdem jederzeit die erfahrenen SellerLogic-Mitarbeiter bei der Kommunikation.

17. TO-DO: IMPLEMENTIERUNG HILFREICHER TOOLS

Jeder Amazon-Verkäufer kommt wohl irgendwann an den Punkt, an dem er einige Prozesse automatisieren möchte. Das kann beispielsweise die Rechnungsstellung mit einem Tool wie Amainvoice oder Easybill sein. Auch für die Warenwirtschaft und die Keyword-Recherche gibt es entsprechende Werkzeuge. Viele [Amazon-Analyse-Tools](#) bieten auch verschiedene Funktionen in einem.

Für Händler von Handelsware ist es außerdem sehr wichtig, irgendwann in einen Repricer zu investieren. Dieser passt den Preis eines Produkts automatisch entsprechend der Marktlage an. Die manuelle Anpassung ist sehr zeitraubend und schon bei einer mittelgroßen Produktpalette kaum noch selbst zu leisten. Hier erfahren Sie, [wie ein Repricer arbeitet und warum er so entscheidend ist](#).



SELLERLOGIC REPRICER

Ermöglicht den Online-Händlern mittels dynamischer und intelligenter Preissteuerung, die Produkte in der Amazon Buy Box zu platzieren und zum höchstmöglichen Preis zu verkaufen.

**HIER KLICKEN
FÜR MEHR INFOS ZUM REPRICER**

SELLERLOGIC LOST & FOUND

Überwacht die FBA-Prozesse auf mögliche Fehler und unterstützt Händler bei ihren Erstattungsansprüchen gegenüber Amazon.

**HIER KLICKEN
FÜR MEHR INFOS ZU LOST & FOUND**

HABEN SIE INTERESSE AM REPRICER ODER LOST & FOUND VON SELLERLOGIC?

Wollen Sie mehr zu unserem Produkt wissen, brauchen Sie eine persönliche Beratung oder wollen Sie unsere Lösung testen?

Rufen Sie uns noch heute unter **+49 211 542 5410** an,
oder lassen Sie uns per E-Mail unter **cs-de@sellerlogic.com** wissen,
wie wir Ihnen weiterhelfen können.

KONTAKT:

SellerLogic GmbH
Grafenberger Allee 277-287
40237 Düsseldorf | Germany

E-Mail: support@sellerlogic.com