

# Food auf Amazon verkaufen.

Von der griechischen Spezialität zum erfolgreichen  
Amazon-Produkt



# Amazon Marktplatz

Amazon ist eine Plattform, auf der wir griechische Lebensmittel deutschen Kunden zeigen und verkaufen können.

## Vier Fragen an Ihr Produkt

1



### Nachfrage

Wird in Deutschland nach dem Produkt gesucht und gibt es Kunden, die es kaufen möchten?

2



### Vorschriften

Sind Etikett und Produktangaben korrekt und für Deutschland geeignet?

3



### Logistik

Welche Versandart passt zum Produkt? Nutzen wir FBA, FBM?

4



### Differenzierung

Warum sollte Ihr Produkt im Suchergebnis angeklickt und gekauft werden?

## MARKTPLATZ-REALITÄT

# Amazon ist nicht nur ein Marktplatz – Marktplatz – sondern Produktsuche. Produktsuche.

01

**Konkrete Kaufabsicht**

Kunden suchen gezielt nach Produkten. Hohe Conversion-Wahrscheinlichkeit.

02

**Hohe Reichweite**

Rund 46 Millionen Deutsche haben ein Amazon-Konto. Etwa 45 % davon bestellen jährlich mindestens einmal bei Amazon.

03

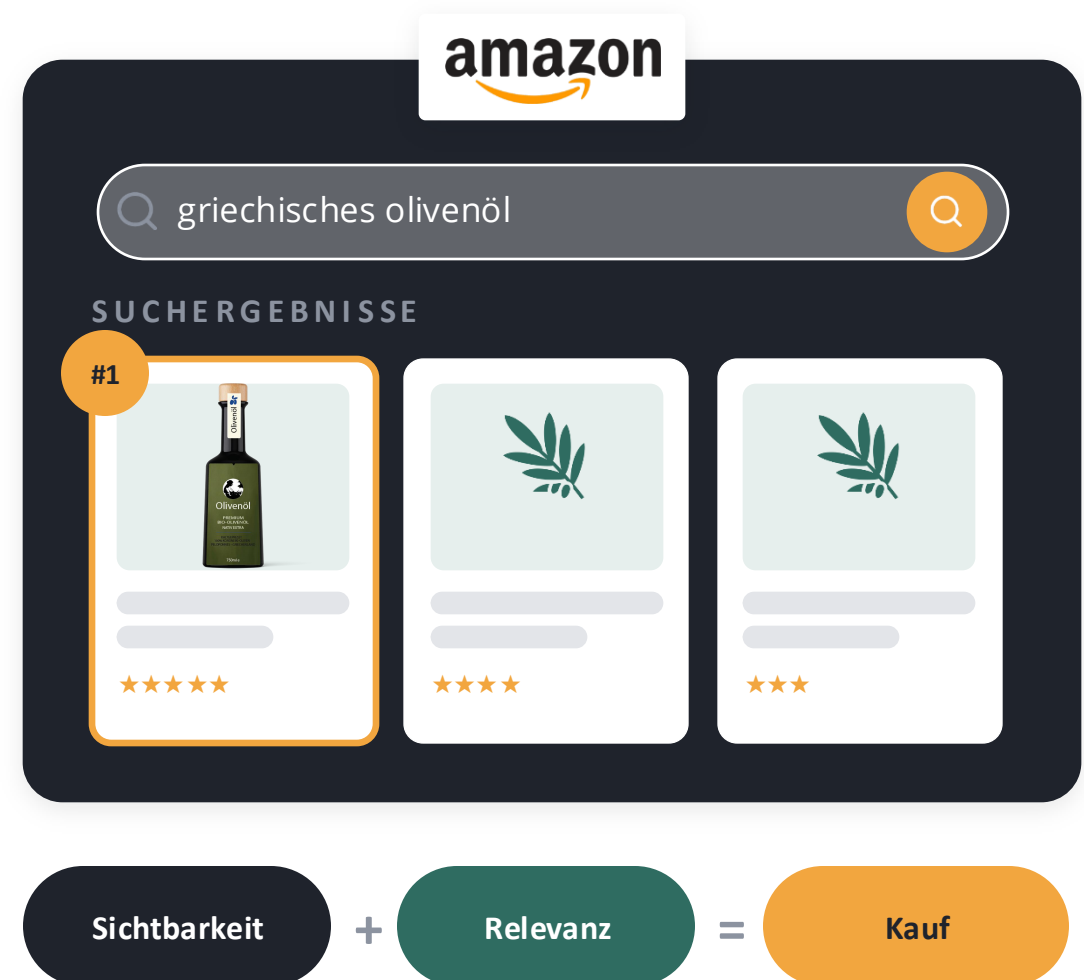
**Kundentreue**

17 Millionen Amazon-Prime-Mitglieder

04

**Hoher Anteil mobiler Nutzer**

Über 53 % des gesamten Traffics erfolgen über mobile Geräte.



SORTIMENT-CHANCEN

# Das Potenzial für griechische Food-Produkte



**HERKUNFT**

## Olivenöl & Oliven

Hohe Nachfrage nach Herkunft und Qualität.



**PREMIUM**

## Honig, Nüsse & Feinkost

Starke Positionierung im Premium-Segment.



**GESCHMACK**

## Gewürze & Saucen

Authentische Aromen für die moderne Küche.



**TRADITION**

## Delikatessen

Bio, Organic und traditionelle Manufakturware.



**Der gemeinsame Hebel:** Herkunft, Qualität und Authentizität sind auf Amazon echte Kaufargumente.

## FUNDAMENT

# Das Fundament für den Start



01

## Seller Account registrieren/ anmelden

Griechischer Personalausweis oder Reisepass

Unternehmensregistrierung (z. B. GEMI)

Griechische Steuernummer (AFM)

Adressnachweis, z. B. Bankauszug

Es können *weitere* Dokumente benötigt werden, je nach Unternehmensform



02

## Verpackungsgesetz/Logistik/Steuern

Bei LUCID registrieren:

Vertrag mit einem Recycling-System abschließen.

FBA oder FBM

Bei FBA in Deutschland ist in der Regel eine deutsche Umsatzsteuerregistrierung notwendig.

Für den Versand direkt aus Griechenland wird der OSS (One-Stop-Shop) genutzt



03

## Markenanmeldung & Amazon Brand Registry

Registrierung des Markennamens und Logos beim Amt (z. B. EUIPO oder DPMA)

Amazon Brand Registry: Nutzung der eingetragenen Marke für erweiterten Markenschutz und Analysetools auf Amazon.

# Vertriebsmodelle auf Amazon



**Reseller (Seller)**



**Hersteller (Private Label)**



**Vendor (B2B)**



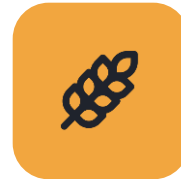
# Die wichtigsten Unterschiede im direkten Vergleich

| Kriterium       | Reseller                                                 | Hersteller (Seller / Brand Owner)                        | Vendor (1P)                                                                                   |
|-----------------|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Vertragspartner | Verkauft direkt an den Endkunden                         | Verkauft direkt an den Endkunden                         | Verkauft als Großhändler an Amazon                                                            |
| Zugang          | (Registrierung im Seller Central)<br><br>Offen für jeden | (Registrierung im Seller Central)<br><br>Offen für jeden | Nur auf Einladung durch Amazon                                                                |
| Plattform       | Amazon Seller Central                                    | Amazon Seller Central                                    | Amazon Vendor Central                                                                         |
| Preiskontrolle  | Vollständig beim Händler                                 | Vollständig beim Hersteller                              | Liegt bei Amazon                                                                              |
| Logistik        | Selbst (FBM) oder über Amazon (FBA)                      | Selbst (FBM) oder über Amazon (FBA)                      | Lieferung an Amazon-Logistikzentren<br><br>Amazon übernimmt den direkten Versand der Produkte |

# 1. Recht & Produktsicherheit



Zutaten & Zusatzstoffe



Allergenkennzeichnung



Grundpreisangabe

## 2. Verpackung & Etiketten

Food Compliance – zuerst die Pflicht, dann das Marketing



### Produktbezeichnung

Eindeutige und verkehrsübliche Benennung.



### Zutatenliste

Absteigende Reihenfolge nach Gewicht.



### Mindesthaltbarkeit

MHD oder Verbrauchsdatum klar sichtbar.



### Nährwerttabelle

Angaben zu Kalorien, Fette und Zucker.



### Herstellerangaben

Vollständige Kontaktdaten in der EU.



### Lagerhinweise

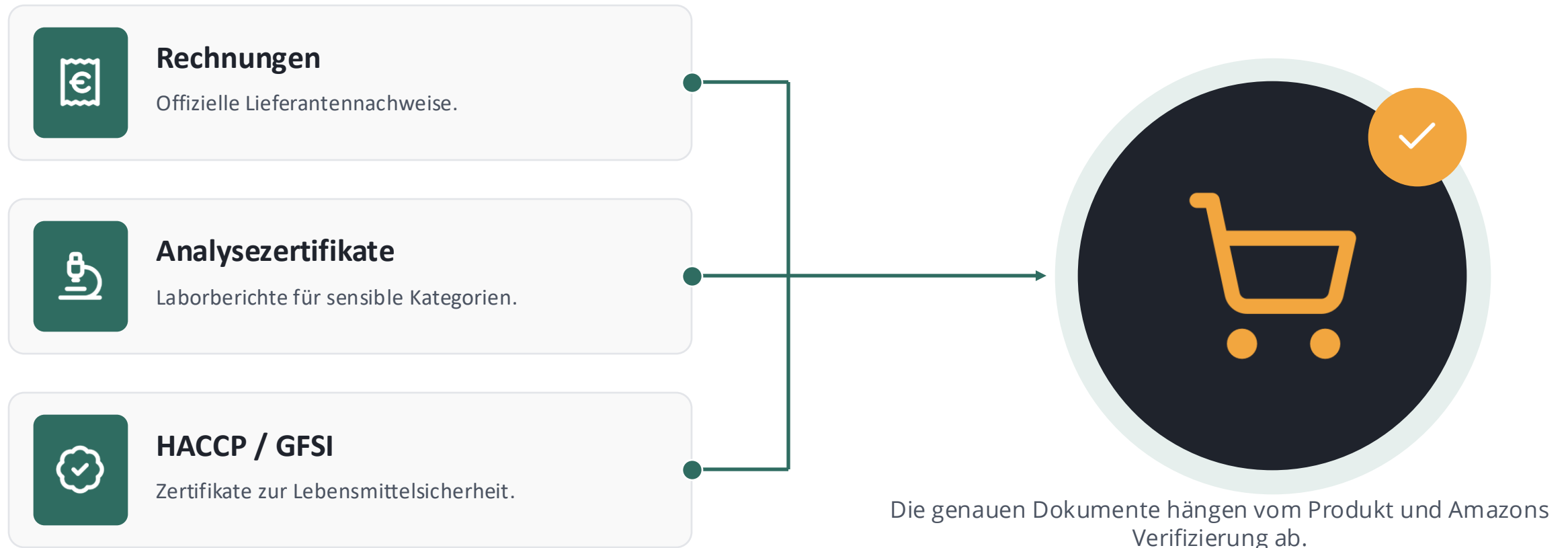
Spezifische Bedingungen für die Aufbewahrung.



Claims nur zulässig, wenn belegbar

### 3. Amazon-Spezifische Anforderungen

Zusätzliche Nachweise und Dokumentationen für den Marketplace.



# Versandarten: FBA vs. FBM

| Kriterium              | FBA                                                                                                                                | FBM                                                                                                                                  |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prime                  |  Prime-Badge Berechtigung sorgt für mehr Verkäufe |  Prime-Badge schwieriger erreichbar               |
| Lagerung               |  Wenig Kontrolle der Lagerung                     |  Volle Kontrolle über Lagerung                    |
| MHD                    |  Strenge Amazon-Vorgaben                          |  Flexible MHD-Steuerung                           |
| Kühlversand            |  Keine Kühllösungen                               |  Frische und temperaturempfindliche Produkte      |
| Lagerkosten            |  Zusätzliche Lagergebühren                      |  Eigene Lagerkosten                             |
| Retouren/Kundenservice |  Amazon übernimmt Service                       |  Verkäufer übernimmt Kundenservice und Retouren |

# Produkte auf Amazon anlegen



## GTIN / EAN

Jedes neue Produkt auf Amazon braucht eine eindeutige GTIN/EAN zur weltweiten Identifikation.



## ASIN (Amazon Standard Identification Number)

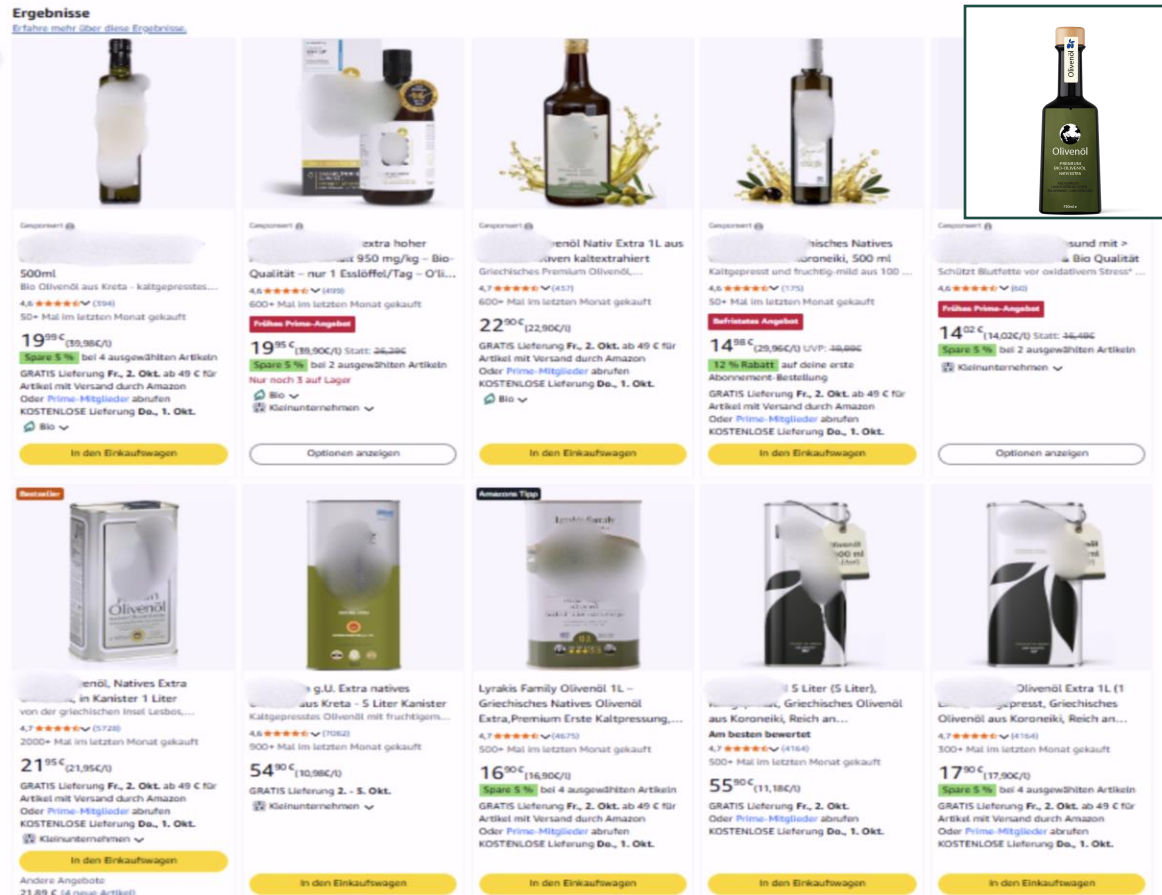
Eine 10-stellige Nummer, die exklusiv von Amazon selbst vergeben wird (interne Artikelnummer)



## SKU (Stock Keeping Unit)

Eigene Artikelnummer, mit der wir unsere Produkte im Lager und im System verwalten können.

# Sichtbarkeit im Suchergebnis



Griechisches Olivenöl



Aussehen wie alle anderen?

Die CTR (Click-through rate) zeigt, wie hoch der Anteil der Kunden ist, die auf unser Produkt klicken, nachdem es ihnen in den Suchergebnissen angezeigt wurde.

$$\text{CTR} = \frac{\text{Klicks}}{\text{Impressionen}}$$

👁 Aufmerksamkeit



## Rechenbeispiel vor Optimierung

**VORHER**

|              |                   |
|--------------|-------------------|
| Impressions: | 500.000           |
| CTR:         | 0,5%              |
| Klicks:      | 2500              |
| Conversion:  | 10 % (250 Orders) |

**10.000 € Umsatz**

## OPTIMIERUNGSTRATEGIE

## Hebel 1: Die CTR optimieren



Premium Olivenöl – extra hoher Polyphenol-Gehalt  
950 mg/kg  
– Bio-Qualität – nur 1 Esslöffel/Tag – O'liv PLUS – 500

€ 12,95

Befristetes Angebot



(499)

01

02

03

04

05

01

**Hauptbild**

Wichtigster Faktor – Herkunft, Main Keyword, Zertifikate, anderer Winkel

02

**Optimierter Titel**

Ist SEO-optimiert und beantwortet zentrale Kundenfragen direkt (Bio, vegan, Größe).

03

**Preis**

Wettbewerbsfähiger Einstiegspreis als starker Klicktreiber im Suchergebnis.

04

**Coupons & Angebote**

Rabatte, Preisvorteile

05

**Bewertungen**

Social Proof im Vorschaubild schafft sofortiges Kundenvertrauen.

## DER HEBEL-EFFEKT

## Bessere Klickrate

## VORHER

|              |                   |
|--------------|-------------------|
| Impressions: | 500.000           |
| CTR:         | 0,5%              |
| Klicks:      | 2.500             |
| Conversion:  | 10 % (250 Orders) |

10.000 € Umsatz



## NACHHER

|              |                                                                                                       |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Impressions: | 500.000                                                                                               |
| CTR:         | 0,7 %              |
| Klicks:      | 3.500              |
| Conversion:  | 10 % (350 Orders)  |

14.000 € Umsatz

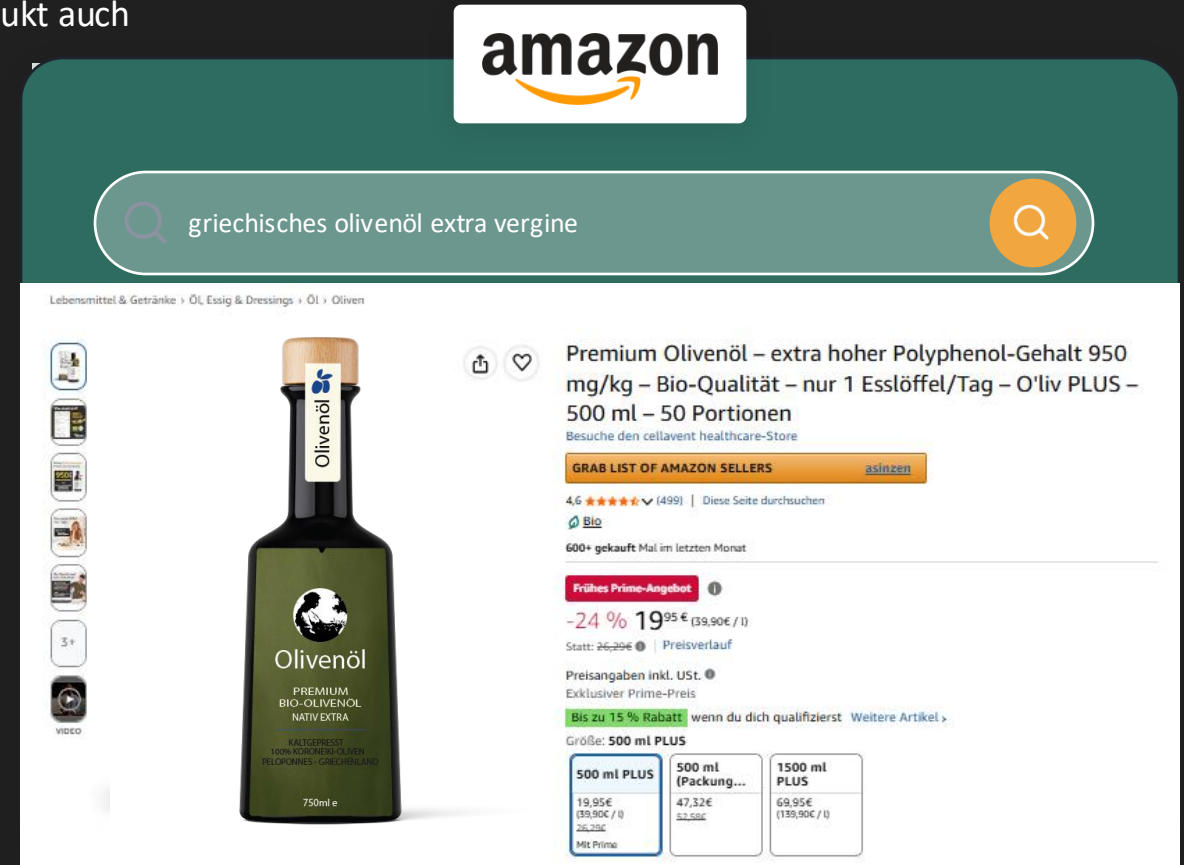
# Die CVR als zweiter Hebel

Mit der **CVR** messen wir, wie viele Kunden nach dem Klick auf unser Produkt auch wirklich kaufen.

$$\text{CVR} = \frac{\text{Bestellungen}}{\text{Klicks}}$$



Kauf



Produktseite

# Wie verbessere ich die CVR

Zeigt das Produkt aus verschiedenen Perspektiven und in der Anwendung

Geben die wichtigsten Eigenschaften und Vorteile des Produkts.

## 01 Bildergalerie

Lebensmittel & Getränke › Öl, Essig & Dressings › Öl › Oliven



## 02 Optimierter Titel

Griechisches Olivenöl Extra Nativ Premium aus dem Peloponnes 500 ml

Kaltgepresst · Intensiver, fruchtiger Geschmack · Ideal für Salate · Ohne künstliche Zusätze · 100% natürliche Qualität

4,6 ★★★★★ (499) | Diese Seite durchsuchen

Bio

600+ gekauft Mal im letzten Monat

Frühes Prime-Angebot

-24 % 19,95 € (39,90 € / l)

Statt: 26,29 € | Preisverlauf

Preisangaben inkl. USt.

Exklusiver Prime-Preis

Bis zu 15 % Rabatt wenn du dich qualifizierst Weitere Artikel

Größe: 500 ml PLUS

| 500 ml PLUS              | 500 ml (Packung...) | 1500 ml PLUS              |
|--------------------------|---------------------|---------------------------|
| 19,95 €<br>(39,90 € / l) | 47,32 €<br>52,58 €  | 69,95 €<br>(139,90 € / l) |
| Mit Prime                |                     |                           |

## 03 Bullets

- **Griechisches Premium Olivenöl:** Ein exklusives, natives Olivenöl Extra von der griechischen Halbinsel Peloponnes, gewonnen aus streng selektierten, handverlesenen Olivenhainen.
- **Schonende Kaltpressung:** Mechanische Extraktion bei streng kontrollierten Temperaturen innerhalb weniger Stunden nach der traditionellen Handernte, um das vollkommene Aromaprofil zu bewahren.
- **Zertifizierte Spitzenqualität:** Natives Olivenöl Extra der höchsten Güteklasse, das strengsten internationalen Qualitätsstandards und lückenlosen Rückverfolgbarkeits-Protokollen entspricht.
- **Analytisch verifizierte Reinheit:** Unabhängige Laboranalysen bestätigen die absolute Abwesenheit von Schadstoffen, Pestiziden oder Fremddölen – für ein Höchstmaß an Produktsicherheit.
- **Erlesener Charakter:** Ausgezeichnet durch eine herausragende geschmackliche Harmonie und ein komplexes, von Natur aus nährstoffreiches Profil für anspruchsvolle Gourmetansprüche.

## 04 Brand Story

Vermittelt die Geschichte, Werte und Identität der Marke.



## 05 A + Premium Content



Stellt das Produkt und die Marke hochwertig und detailliert dar.

06 Brand Store



Folgen

STARTSEITE

OLIVENÖLE

ESSIG & ÖL SETS

SONSTIGE ÖLE

BALSAMICO

MEHR ▾



Ein **Amazon Brand Store** ist so etwas wie ein **eigener Online-Shop innerhalb von Amazon**.

## VORHER

|                 |         |
|-----------------|---------|
| Impressions     | 500.000 |
| Klickrate       | 0,5%    |
| Klicks          | 2500    |
| Conversion Rate | 10%     |
| Bestellungen    | 250     |

Umsatz

10.000 €



## Nachher

|                 |         |
|-----------------|---------|
| Impressions     | 500.000 |
| Klickrate       | 0,7% ↗  |
| Klicks          | 3500 ↗  |
| Conversion Rate | 10%     |
| Bestellungen    | 350 ↗   |

Umsatz

14.000 €



## Nachher

|                 |         |
|-----------------|---------|
| Impressions     | 500.000 |
| Klickrate       | 0,7%    |
| Klicks          | 3500    |
| Conversion Rate | 15% ↗   |
| Bestellungen    | 525 ↗   |

Umsatz

21.000 €



Ein weiterer wichtiger Punkt ist die **Mobile-Optimierung**, weil viele Kunden Amazon über das Smartphone nutzen. Außerdem können wir mit **Amazon FBA, Subscribe & Save** nutzen. Kunden können Produkte regelmäßig bestellen und bekommen dafür einen zusätzlichen Rabatt, um **wiederkehrende Kunden zu gewinnen**.

# Amazon PPC Werbung (Sponsored Ads)

Organisches Ranking allein reicht oft nicht. Selbst das beste Listing braucht Sichtbarkeit.



## Was ist PPC?

**Pay-per-Click (PPC)** bedeutet: Wir bezahlen nur dann, wenn ein Kunde auf unsere Werbung klickt.

**Ein Klick = Kosten.**

Umfasst Sponsored Products, Sponsored Brands und Sponsored Display.



## Warum brauchen wir es?

**Sofortige Sichtbarkeit:** Mit PPC können wir unsere Produkte direkt in den Suchergebnissen sichtbar machen.

Gezielter Traffic bringt die richtigen Kunden auf unsere Produkte und unterstützt den Verkauf.



Module intelligent kombinieren, um Sichtbarkeit, Markenbekanntheit und Conversions auf Amazon zu maximieren.

# Amazon PPC Werbung (Sponsored Ads)

Organisches Ranking allein reicht oft nicht. Selbst das beste Listing braucht Sichtbarkeit.



## Warum brauchen wir es?

**Sofortige Sichtbarkeit:** Mit PPC können wir unsere Produkte direkt in den Suchergebnissen sichtbar machen.

**Gezielter Traffic:** Durch die Ausrichtung auf relevante Suchbegriffe erreichen wir potenzielle Kunden mit konkretem Kaufinteresse.



## Was ist PPC?

**Pay-per-Click (PPC):** Wir bezahlen nur dann, wenn ein Kunde auf unsere Werbung klickt.

**Amazon PPC umfasst:** Sponsored Products, Sponsored Brands und Sponsored Display.



Module intelligent kombinieren, um Sichtbarkeit, Markenbekanntheit und Conversions auf Amazon zu maximieren.

# Amazon PPC – Die 3 zentralen Werbemodule



## Sponsored Products

Wir können unsere Produkte gezielt bewerben, zum Beispiel über bestimmte **Keywords, ähnliche Produkte oder ganze Kategorien**.



## Sponsored Brands

Mit **Sponsored Brands** können wir unsere **Marke und mehrere Produkte gleichzeitig** bewerben – auch mit **Videos**.



## Sponsored Display

Wir können Kunden erreichen, die sich bereits ähnliche Produkte angesehen haben.

Das nennt man **Retargeting** – wir sprechen Kunden erneut an, die bereits Interesse an unseren Produkten gezeigt haben.



**Ziel:** Die drei Module gezielt kombinieren, um Sichtbarkeit, Markenbekanntheit, Traffic und Conversions entlang der Customer Journey abzudecken.

# Aus der Praxis: Bewährter Budget-Mix

Diese Zahlen sind ein reiner **Erfahrungswert** aus der Praxis



70%

## Sponsored Products

Der wichtigste Bereich für direkte Verkäufe.

20%

## Sponsored Brands

Damit stärken wir unsere **Marke** und bringen mehr Kunden in unseren **Brand Store**.

10%

## Sponsored Display

Damit können wir Kunden erneut ansprechen und neue Kunden erreichen.

# Amazon Germany Opportunity Check kostenlos

- Marktnachfrage auf Amazon.de
- Wettbewerb & Preisposition
- Listing-Optimierung
- Advertising PPC

Scan & continue the conversation



**AMAZON GERMANY  
OPPORTUNITY CHECK**

[ziccon.com/amazon-greece](https://ziccon.com/amazon-greece)

# Vielen Dank!

