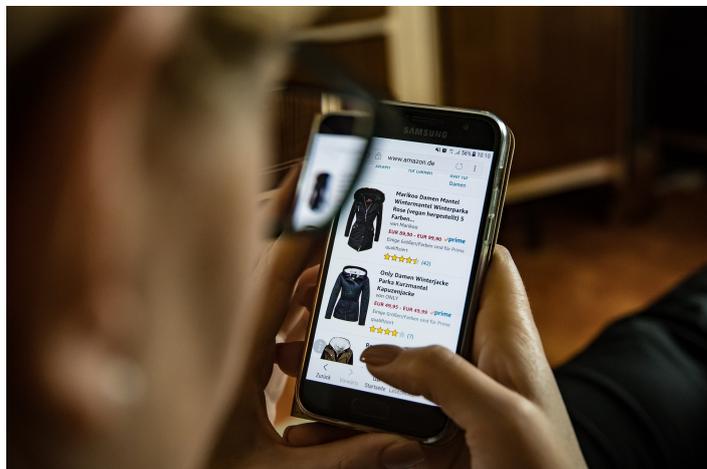


# AMAZON ADVERTISING: WAS DU BEIM WERBEN AUF AMAZON BEACHTEN MUSST



Veröffentlicht am 21. Juni 2019 von Lukas

Mehr als die Hälfte der Produktsuchen im Internet findet mittlerweile direkt auf Amazon statt. E-Commerce bedeutet schon lange nicht mehr, nur den eigenen Webshop zu betreiben. Omnichannel-Konzepte zeigen, dass es sich durchaus lohnt, den eigenen Onlineshop mit einer E-Commerce Plattform wie Amazon zu verbinden. Hier erfährst Du, wie Amazon Advertising funktioniert und was Du beachten solltest.

Mehr als die Hälfte der Produktsuchen im Internet findet mittlerweile direkt auf Amazon statt. **E-Commerce** bedeutet schon lange nicht mehr, nur den eigenen Webshop zu betreiben. Omnichannel-Konzepte zeigen, dass es sich durchaus lohnt, den eigenen Onlineshop mit einer E-Commerce Plattform wie Amazon zu verbinden.

Es gibt dutzende von E-Commerce Plattformen, auf denen Händler und Hersteller ihre Waren vertreiben – beispielsweise Ebay, Zalando oder Otto. Die momentan größte Plattform ist **Amazon** - und dort kannst auch Du Deine Produkte bewerben und verkaufen. Wir sagen Dir, was Du dabei beachten musst.

- [Sponsored Products](#)
- [Sponsored Brands](#)
- [Product Display Ads](#)
- [Amazon Store](#)

1. [Warum ist Amazon Advertising sinnvoll?](#)
2. [Auf Amazon Produkte aus dem eigenen Webshop bewerben – So geht's!](#)

### 3. [Amazon Advertising – Fazit](#)

## DIE VORTEILE VON E-COMMERCE

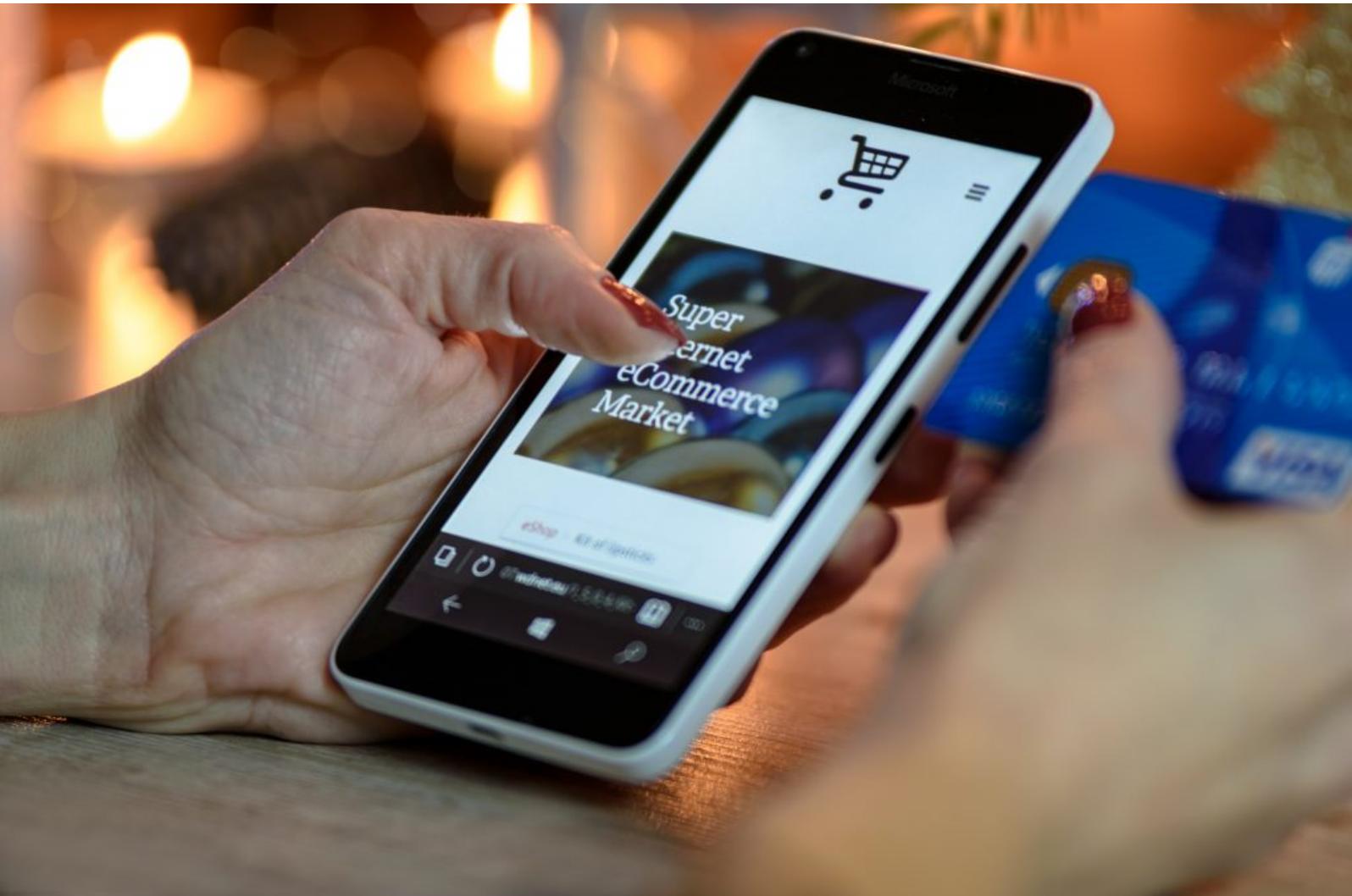
Die Vorteile von E-Commerce sind nicht von der Hand zu weisen: Die Ladenmiete und das Verkaufspersonal entfällt, die Nutzer sind nicht an Öffnungszeiten gebunden und können bequem von zu Hause aus shoppen. Das Produkt wird online gesucht und im entsprechenden Webshop gekauft. Allerdings geht der Trend weg von der allgemeinen Suche auf Google. Das heißt für Dich: Der Kunde sucht direkt auf bekannten E-Commerce Plattformen wie Amazon nach einer Marke oder einem Produkt. Die Folge: Du hast weniger Besucher in Deinem eigenen Onlineshop. Nutze deshalb die Werbemöglichkeiten des Amazon Advertising, um wieder mehr Traffic in Deinem Webshop zu erhalten. Dein Vorteil: Der Nutzer hat bereits eine Kaufabsicht bei der Suche auf Amazon. **Davon kannst Du profitieren!**

Im folgenden Beitrag verraten wir Dir, wie Du **Amazon Advertising** für Dich und Dein Unternehmen nutzen kannst, um Deinen Umsatz zu steigern. Amazon bietet Dir die Möglichkeit, Deine Produkte über deren E-Commerce-Plattform zu vertreiben und zu bewerben. Durch eigene Stores auf der Amazon-Plattform kannst Du Deine Produkte bestens in Szene setzen. Wenn Du **mehr Traffic** im eigenen Webshop möchtest, kannst Du die User mit gezielter Amazon Werbung in Deinen Onlineshop lotsen. Wie das geht, liest Du weiter unten in diesem Beitrag.

## WAS IST AMAZON ADVERTISING?

Amazon Advertising – sprich das **Werben auf Amazon** – bietet Dir mehrere Möglichkeiten, auf der momentan weltweit größten E-Commerce-Plattform seine physischen Produkte zu bewerben. Werben auf Amazon funktioniert ähnlich wie in der Suchmaschine Google. Du bewirbst Dein Produkt und es erscheint in der Suche auf Amazon über den organischen Treffern mit dem Vermerk "Gesponsert". Die Vorteile von Werbung auf Amazon gegenüber [Google Ads](#) sind offensichtlich: Du kannst Deine Werbung direkt dort schalten, wo der Kunde einkauft. Denn der User sucht in vielen Fällen nicht mehr bei Google, sondern direkt auf der Shopping Plattform. Die Kosten für eine Anzeige werden pro Klick berechnet (**CPC**).

## AMAZON ODER EIGENER STORE IM INTERNET?



Mit Amazon Advertising kannst Du auf der momentan größten E-Commerce Plattform Produkte bewerben.

Bevor Du an den Verkauf Deiner Produkte auf Amazon denkst, solltest Du Dir folgende Fragen stellen:

### WIE STARK IST MEINE MARKE?

Eine starke Marke hat ein starkes Branding, d.h. einen **Wiedererkennungswert** für den Kunden. Sie spiegelt **Authentizität** wieder. Dem Kunden werden keine falschen oder undurchsichtigen Versprechen gegeben. Eine starke Marke ist einzigartig. Sie hat Vorteile gegenüber der Konkurrenz.

## HABEN MEINE PRODUKTE EINE ATTRAKTIVE MARGE?

Nischenprodukte, die es nicht so häufig am Markt gibt, haben durch weniger Konkurrenz für gewöhnlich **attraktivere Gewinnmargen**. Bei Produkten mit hoher Nachfrage, wird die Gewinnmarge durch den Konkurrenzkampf häufig gedrückt.

## SIND MEINE PRODUKTE IN GROSSEN STÜCKMENGEN & JEDERZEIT VERFÜGBAR?

Auf Amazon werden täglich sehr große Mengen von Waren verkauft. Die richtige Kalkulation ist das A und O. Daher solltest Du überprüfen, ob Du Dein Produkt in ausreichenden Mengen auf Lager hast, um auf Amazon verkaufen zu können. Eine **dauerhafte Verfügbarkeit** Deiner angebotenen Produkte sollte gegeben sein. Menschen, die auf Amazon kaufen, warten nicht gern. Ist ein Produkt als „ausverkauft“ markiert, werden die Käufer zur Konkurrenz gehen. Gerade bei Shopping Events (zum Beispiel am Prime Day) werden überaus viele Produkte verkauft. Du solltest Dir also vorher darüber bewusst sein, ob Du die Verfügbarkeit Deiner Ware in großen Mengen leisten kannst.

Beachte: Amazon stellt für Shopping-Events besondere Bedingungen an alle Händler. Mehr dazu erfährst du im [Seller Central](#).

## WIE GROSS IST DIE KONKURRENZ?

Große Hersteller haben eventuell eigene Stores auf Amazon und schalten durchgehend Werbung in dieser Kategorie. Dadurch könnte Dein Produkt von der Bildoberfläche verdrängt werden. Hast Du ein Nischenprodukt, kannst Du auf Amazon punkten. Die Sichtbarkeit Deines Produktes in der jeweiligen Kategorie spielt eine Rolle. Ist die Konkurrenz groß und Dein Produkt wird von der Amazon-Plattform verdrängt, ist eine Kombination mit einem eigenen Webshop ratsam.

Tipp: Hol Dir einen Experten an die Seite, der eine Marktanalyse mit Dir durchführt und Dir aufzeigt, wie stark die Konkurrenz in Deiner Branche tatsächlich ist.

## WIE KANN

# ICH AUF AMAZON WERBEN?

Amazon bietet Dir verschiedene Möglichkeiten, auf der E-Commerce Plattform zu werben. Händler (Seller) nutzen Amazon Seller Central, um ihre Ware über den Marketplace direkt dem Kunden anzubieten. Die Verkäufer (Vendoren), meist auch Hersteller der Produkte, vertreiben ihre Produkte an Amazon selbst. Amazon bietet diese anschließend auf seiner Plattform an und verkauft diese auch selbständig.

Insgesamt bietet die Amazon Advertising Plattform Dir verschiedene Möglichkeiten der Werbung an:

## SPONSORED PRODUCTS

Gesponserte Produkte werden an verschiedenen Stellen von Amazon ausgespielt. Zum einen an oberster Position bei den Suchergebnissen, zum anderen unter der Beschreibung oder über dem Kundenfeedback auf einer Produktseite. Dabei kannst Du die Art der Ausspielung bestimmen, indem Du entweder **eigene Keywords** oder eine automatische Ausspielung wählst.

Tipp: Mache eine Keyword-Recherche und nimm Dir die Zeit, um eigene Keywords zu bestimmen. So findet der Kunde Dein Produkt besser. Bei der automatischen Ausspielung Deiner **Sponsored Products** kann es vorkommen, dass diese gar nicht dem Interesse des Users entsprechen und keine Beachtung finden.

## SPONSORED BRANDS

Beworbene Marken werden entweder direkt unter oder neben den Ergebnissen der Amazon-Suche ausgespielt. Diese Art der Werbung ist besonders für Deine **Markenpräsenz** von Vorteil. Amazon bietet Dir an dieser Stelle die Möglichkeit der Individualisierung mithilfe einer eigenen Kampagnenseite oder einem [Markenshop](#).

## PRODUCT DISPLAY ADS

Die Art der **Product Display Ads** stellt Amazon bislang nur Vendoren (Verkäufern) zur Verfügung. Die

Display Ads sind nicht an die aktuelle Suche des Kunden gebunden. Durch **interessenbezogenes Targeting**, das auch die Kaufhistorie sowie das Suchverhalten der User berücksichtigt, werden Deine Werbeanzeigen ausgespielt. Deine Werbung wird dem Kunden auch dann angezeigt, wenn dieser aktuell nicht nach Deinem Produkt sucht, im Vorhinein aber schon einmal Interesse daran gezeigt hat.

Bei Amazon Ads hast Du die Möglichkeit, drei unterschiedliche Keywordtypen anzugeben. "Exakt", "Phrase" und „weitestgehend passend". Somit kannst Du genauer bestimmen, wann Deine Werbeanzeige ausgespielt werden soll.

## AMAZON STORE

Das Erstellen eines eigenen Stores auf Amazon ist vollkommen **kostenlos**. Einen eigenen Amazon Store kannst Du sowohl als Händler als auch Verkäufer eröffnen. Im Handumdrehen erstellst Du Deine Seite im eigenen Design. Durch Vorlagen und einfache Drag-and-Drop Handhabung benötigst Du nicht einmal Erfahrung mit der Programmierung von Webseiten. Mit den **Store Insights** bietet Amazon Dir außerdem Einblick in Deine Verkäufe und den Traffic in Deinem Store. Mit einer einzigartigen URL kannst Du User innerhalb sowie außerhalb von Amazon mittels Anzeigen und Marketingaktivitäten auf Deinen Store aufmerksam machen. Außerdem hast Du hier keine werbende Konkurrenz zu befürchten, da die Anzeigen anderer nicht in den Amazon Stores geschaltet werden.

## WARUM IST AMAZON ADVERTISING SINNVOLL?

Stell Dir vor, Du bietest auf Amazon Dein Produkt ohne Amazon Advertising an, Dein Konkurrent bewirbt seine Produkte jedoch. Der User klickt Dein Produkt an, um sich zu informieren und plötzlich erscheint eine Sponsored Products Anzeige Deines Mitbewerbers und lässt den Kunden abspringen. Was kannst Du tun?

Nutze Amazon Advertising für Deine Zwecke. Zum einen kannst Du einem unentschlossenen Kunden, der sich auf einer der Produktseiten Deiner Mitbewerber befindet, eine Alternative aus Deiner Produktpalette anbieten. Zum anderen gibt es die Möglichkeit, dem User entsprechendes Zubehör zu dem Produkt, welches sich bereits in seinem Warenkorb befindet, anzubieten.

## AUF AMAZON PRODUKTE AUS DEM EIGENEN WEBSHOP BEWERBEN – SO

## GEHT'S!

Du kannst Deine Produkte auf der E-Commerce Plattform von Amazon bewerben, ohne sie direkt dort anzubieten. Aber wie geht das? Der Nutzer sucht das für ihn passende Produkt in der Suchleiste von Amazon anstatt über die Google-Suche. Indem Du beispielsweise eine **Sponsored Product** Werbeanzeige auf Amazon schaltest, werden dem User Deine Produkte angezeigt, obwohl Du sie dort nicht verkaufst. Beim Klick auf das von Dir beworbene Produkt verlässt der Kunde die Amazon-Plattform und wird zu Deinem Webshop umgeleitet. Der Kunde wird durch den Hinweis **"Erhältlich auf externer Website"** darauf aufmerksam gemacht. Somit nutzt Du die bereits vorhandene Kaufabsicht des Käufers für Deinen Onlineshop und generierst gleichzeitig mehr Reichweite für Deine Marke.

## AMAZON ADVERTISING - FAZIT

Wenn Du einen Onlineshop betreibst und Deine Produkte bewerben möchtest, solltest Du über **Amazon Advertising** nachdenken. Dabei spielen Faktoren wie die Stärke Deiner Marke, Deine Zielgruppe sowie die verschiedenen Möglichkeiten von Amazon Advertising eine gewichtige Rolle. Zudem sind eine **attraktive Gewinnmarge** sowie eine **stetige Verfügbarkeit** Deiner Produkte wichtige Aspekte. Daraus kannst Du ableiten, ob sich Marketing auf Amazon für Dich und Dein Produkt rentiert.

Anschließend musst Du Dir überlegen, in welcher Form Du Amazon Advertising betreiben möchtest. Du kannst Deine Produkte direkt auf Amazon vertreiben und bewerben. Amazon Advertising ist aber auch gut mit dem eigenen Webshop kombinierbar.

Hast Du noch Fragen zum E-Commerce oder zum Werben auf Amazon? Wir beantworten Dir diese gerne und stehen Dir für Marktanalysen und Werbekampagnen auf Amazon zur Verfügung.

[Kontakt aufnehmen](#)