

Im Gespräch mit PurrPalazzo

Erhalten Sie Einblicke in den Verkauf auf Amazon.com



PurrPalazzo ist ein erfahrener Amazon-Verkäufer mit Sitz in Gräfelfing. Sie verkaufen seit 2019 mehrere Marken auf Amazon.de und haben sich entschieden, im Jahr 2023 in die USA zu expandieren.



Von Beginn an war ich von den vielfältigen Möglichkeiten, die Amazon bietet, beeindruckt. Insbesondere die globale Reichweite des Unternehmens und die einfache Art, mit der Verkäufer ihre Produkte einem weltweiten Publikum zugänglich machen können, haben mich fasziniert.

-Jakob Ruckhaber

Mit-Gründer & CEO



Bitte erzählen Sie uns von Ihrem Unternehmen und dem Beginn Ihres Verkaufs auf Amazon in Deutschland.

Meine Reise im E-Commerce begann 2019 in Deutschland, als mich ein enger Freund auf das unglaubliche Potenzial von Amazon aufmerksam machte. Von Beginn faszinierten mich die vielfältigen Möglichkeiten, die Amazon bietet. Insbesondere beeindruckte mich die globale Reichweite des Unternehmens und die Einfachheit, mit der Verkaufspartner ihre Produkte einem weltweiten Publikum zugänglich machen können. Daraufhin begann ich, Lieferanten zu recherchieren und zu finden, die mir dabei halfen, meine Vision zu verwirklichen. Im Laufe der Zeit konnte ich nicht nur erfolgreich meine eigenen Marken auf Amazon aufbauen, sondern auch zahlreichen anderen Unternehmen dabei unterstützen, sich auf Amazon zu etablieren. Meine Leidenschaft für den E-Commerce, kombiniert mit einem strategischen Ansatz bei der Produktbeschaffung und Markenentwicklung, war der Grundstein für meinen Erfolg.

Was hat Sie dazu inspiriert, mit Amazon in die USA zu expandieren?

Von Anfang an war ich von der Vision getrieben, groß zu denken und schnell zu expandieren. Die Vereinigten Staaten als der größte und dynamischste E-Commerce-Markt waren ein natürlicher nächster Schritt in meiner Expansionsstrategie. Der gleichzeitige Start auf mehreren Marktplätzen war immer Teil meines Plans, und der US-Markt bot eine einmalige Gelegenheit, einzigartige, qualitativ hochwertige Produkte einem anspruchsvollen Publikum vorzustellen. Der Wettbewerb auf dem US-Markt war nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance, unsere Fähigkeiten unter Beweis zu stellen und ein bedeutendes Wachstum zu erzielen. Bei der Expansion in die USA ging es darum, einen Markt zu erschließen, der Innovation und Authentizität schätzt und der es uns ermöglicht, die Präsenz unserer Marke weltweit weiter zu festigen.

Beginnen Sie mit dem Verkauf in den USA [↗](#)

Wie ist die Struktur Ihres Unternehmens in den USA aufgebaut?

Das war sehr einfach. Wir lassen alles über unsere deutsche GmbH laufen.

Wie sind Sie mit dem Thema Steuern und Mehrwertsteuern umgegangen? Haben Sie externe Unterstützung durch Drittanbieter in Anspruch genommen?

Die Verwaltung von Steuern und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Mehrwertsteuer in Deutschland erforderten eine sorgfältige Vorgehensweise. Mit Hilfe unseres Steuerberaters Marcel Lange konnten wir die Komplexität des internationalen Steuerwesens problemlos bewältigen. Sein Fachwissen stellte sicher, dass wir alles korrekt einrichteten und unsere steuerlichen Verpflichtungen effizient verwalteten. Diese Unterstützung durch Dritte war von unschätzbarem Wert bei der Navigation durch die Steuerlandschaft der USA.

Erfahren Sie mehr über die US-Steueranforderungen [↗](#)



Wie sind Sie mit den Anforderungen und Vorschriften des US-Marktes umgegangen und haben die Produktkonformität gehandhabt?

Um die Anforderungen des US-Marktes zu erfüllen, waren gründliche Recherchen und Prüfungen der Einhaltung der Vorschriften erforderlich. Wir haben eng mit Rechtsexperten zusammengearbeitet, um sicherzustellen, dass unsere Produkte alle US-Vorschriften erfüllen, von den Sicherheitsstandards bis zu den Kennzeichnungsvorschriften. Dieser proaktive Ansatz hat uns geholfen, mögliche Fehler zu vermeiden und einen reibungslosen Markteintritt zu gewährleisten.

Welche Tools oder Software verwenden Sie, um Listings im US-amerikanischen Store zu erstellen und zu verwalten?

Wir verwenden eine Kombination von Tools zur Verwaltung unserer Angebote, darunter Helium 10 und Jungle Scout für die Keyword-Recherche und die Optimierung der Angebote. Bei der Verwaltung von Inhalten verlassen wir uns auf Tools wie Canva für das Design und den A+ Content Manager von Amazon, um optisch ansprechende und informative Produktseiten zu erstellen. Für unsere Zahlen verwenden wir das Sellerboard.

Erfahren Sie mehr über den weltweiten Verkauf [↗](#)

Wie handhaben Sie die Übersetzungen und die Qualität der Inhalte (z.B. Produktdetailseiten, Bilder)? Verwenden Sie dafür bestimmte Tools?

Um qualitativ hochwertige Übersetzungen zu gewährleisten, setzen wir professionelle Übersetzungsdienste ein, anstatt uns ausschließlich auf automatisierte Tools zu verlassen. Zur Qualitätskontrolle lassen wir die Inhalte von Muttersprachlern überprüfen, um sicherzustellen, dass sie beim lokalen Publikum gut ankommen und die Botschaft der Marke genau wiedergeben.

Wie sieht die Struktur Ihrer Lieferkette bzw. der Inbound Logistik aus? Welche Versandmethode (z.B. Paket, Container, Luftfracht/Seefracht) nutzen Sie? Versenden Sie Ihre Produkte im Eigenversand oder nutzen Sie Versand durch Amazon? Warum?

Unsere Lieferkette ist auf Effizienz und Skalierbarkeit ausgelegt. Wir nutzen eine Mischung aus Direktlieferungen an die Amazon-Lagerhäuser und Drittanbieter-Logistik (3PL), um unseren Bestand zu verwalten. Wir verwenden FR. MEYER'S SOHN (Logistics Shipping Company), mit deren Vertreter Elvin wir hervorragend zusammenarbeiten. Riversource Logistics ist unser Partner für die Lagerhaltung. Dieser hybride Ansatz ermöglicht es uns, die Kosten auszugleichen und gleichzeitig eine rechtzeitige Auffüllung und Verteilung in den USA sicherzustellen.



Nutzen Sie Amazon Warehouse Distributions (AWD) oder einen Drittanbieter von Logistikdienstleistungen (3PL), um Ihre Waren in den USA aufzufüllen?

Wir arbeiten nur mit 3PL-Anbietern.

Wie organisieren Sie Ihre internationalen Retouren?

Da wir *Versand durch Amazon (FBA)* auf dem US-Markt nutzen, gibt es keine Rücksendungen, die außerhalb der USA verschickt werden. Wenn jemand zum Beispiel unseren Toilettenpapierhalter zurückgeben möchte, schickt er ihn an Amazon US zurück. Amazon verwaltet die Rücksendungen, bewertet sie und bearbeitet sie. Es ist sehr praktisch, dass alle Rücksendungen von Amazon verwaltet werden und nichts an uns zurückgeht.

Wie sieht Ihre Werbe- und Marketingstrategie aus? Auf welche Tools verlassen Sie sich?

Unsere Werbestrategie setzt stark auf zielgerichtete PPC-Kampagnen, die die vielfältigen Werbemöglichkeiten von Amazon optimal ausschöpfen. Dabei kombinieren wir Sponsored Product, Sponsored Brand und Sponsored Display Ads in ausgewogener Weise, um die Reichweite und Sichtbarkeit unserer Produkte zu maximieren. Ergänzend nutzen wir auch Google-Werbung, um zusätzlichen externen Traffic auf unsere Amazon-Listings zu lenken. Dies unterstützt unser organisches Ranking auf der Plattform. Anstatt auf automatisierte Tools zu setzen, verwaltet ein dediziertes Team unsere Werbekampagnen manuell. So können wir die Kontrolle behalten und die Anzeigen fortlaufend an die Marktentwicklungen anpassen. Diese ganzheitliche Herangehensweise, die Amazons vielfältige Werbeinstrumente mit gezielter Google-Werbung verbindet, hat sich für uns als sehr effektiv erwiesen. Das manuelle Kampagnenmanagement durch unser internes Team ermöglicht uns die nötige Agilität, um die Werbung permanent zu optimieren. Wir verlassen uns nicht auf Tools.

Füllen Sie die Umfrage aus, um uns Feedback zu geben [↗](#)

Erkennen Sie einen signifikanten Unterschied zwischen europäischen und US-amerikanischen Kund:innen?

Ja, es gibt bemerkenswerte Unterschiede. Amerikanische Kund:innen legen in der Regel Wert auf schnellen Versand und sind sehr empfänglich für Werbeaktionen und Rabatte. Außerdem erwarten sie ein hohes Maß an Kundenservice und eine klare Kommunikation. Diese Vorlieben zu verstehen, war der Schlüssel zu unserem Erfolg auf dem US-Markt.

Senden Sie uns eine E-Mail, um Unterstützung zu erhalten [↗](#)



Wie entscheiden Sie, welche Produkte Sie in den USA anbieten?

Unser Auswahlverfahren ist datengesteuert. Wir analysieren Markttrends, Kundenfeedback und die Angebote der Wettbewerber, um festzustellen, welche Produkte beim US-Publikum Anklang finden werden. Bei der Zusammenstellung unseres Produktangebots berücksichtigen wir auch Faktoren wie Saisonabhängigkeit und regionale Vorlieben.

Wie lange hat es gedauert, bis Ihre Expansion profitabel war? Können Sie uns wertvolle Erkenntnisse mitteilen, die Sie auf diesem Weg gewonnen haben?

Wir haben etwa 6 Monate gebraucht, um auf dem US-Markt rentabel zu werden. Eine wichtige Erkenntnis war, wie wichtig es ist, Geduld und Ausdauer zu haben - die Expansion in einen neuen Markt braucht Zeit. Außerdem zahlte es sich langfristig aus, frühzeitig in hochwertige Inhalte, Kundenservice und Werbung zu investieren.

Wo sehen Sie Ihr Amazon-Geschäft in den USA in den nächsten 12 Monaten?

In den nächsten 12 Monaten sehe ich ein deutliches Wachstum unserer US-Geschäfte, mit Plänen zur Erweiterung unseres Produktangebots und zur weiteren Stärkung unserer Markenpräsenz. Unser Ziel ist es, jährlich einen 8-stelligen Umsatz zu erzielen, wobei wir unsere Erfahrung und die Dynamik, die wir bisher aufgebaut haben, nutzen werden.

Was sind Ihre abschließenden Worte und wichtigster Ratschlag für Verkaufspartner, die mit der Expansion in die USA beginnen?

Denjenigen, die in die USA expandieren wollen, rate ich, gründliche Marktforschung zu betreiben und die einzigartigen Aspekte der amerikanischen Verbraucher:innen zu verstehen. Investieren Sie in hochwertige Angebote, eine robuste Logistik und seien Sie bereit, sich schnell an Marktveränderungen anzupassen. Geduld und Beharrlichkeit sind der Schlüssel - der Erfolg stellt sich nicht über Nacht ein, aber mit der richtigen Strategie ist er definitiv erreichbar.



Geduld und Beharrlichkeit sind der Schlüssel - der Erfolg stellt sich nicht über Nacht ein, aber mit der richtigen Strategie ist er definitiv zu erreichen.

Beginnen Sie mit dem Verkauf in den USA [↗](#)