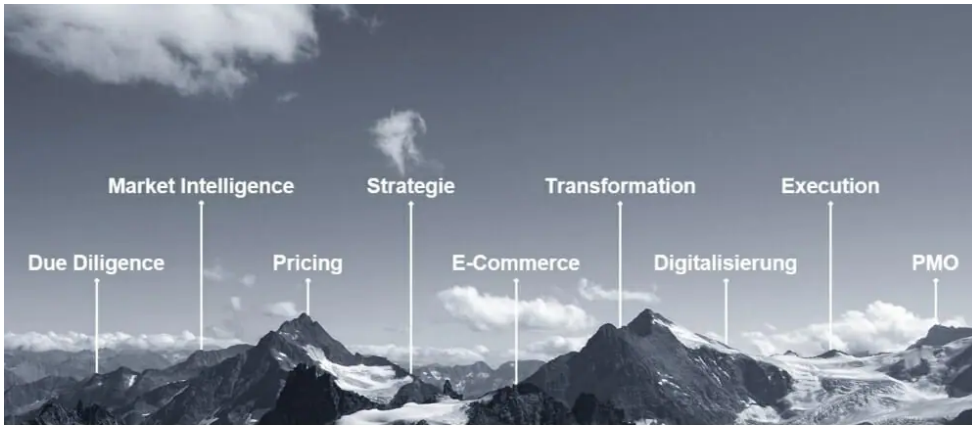


05.07.2022 – Kategorie: [eCommerce](#)

## Amazon-Plattform generiert über die Hälfte des deutschen E-Commerce-Umsatzes



### Aktuelle Marktentwicklung von Amazon

Amazon Dossier Q1 2022

**FOSTEC & Company GmbH**

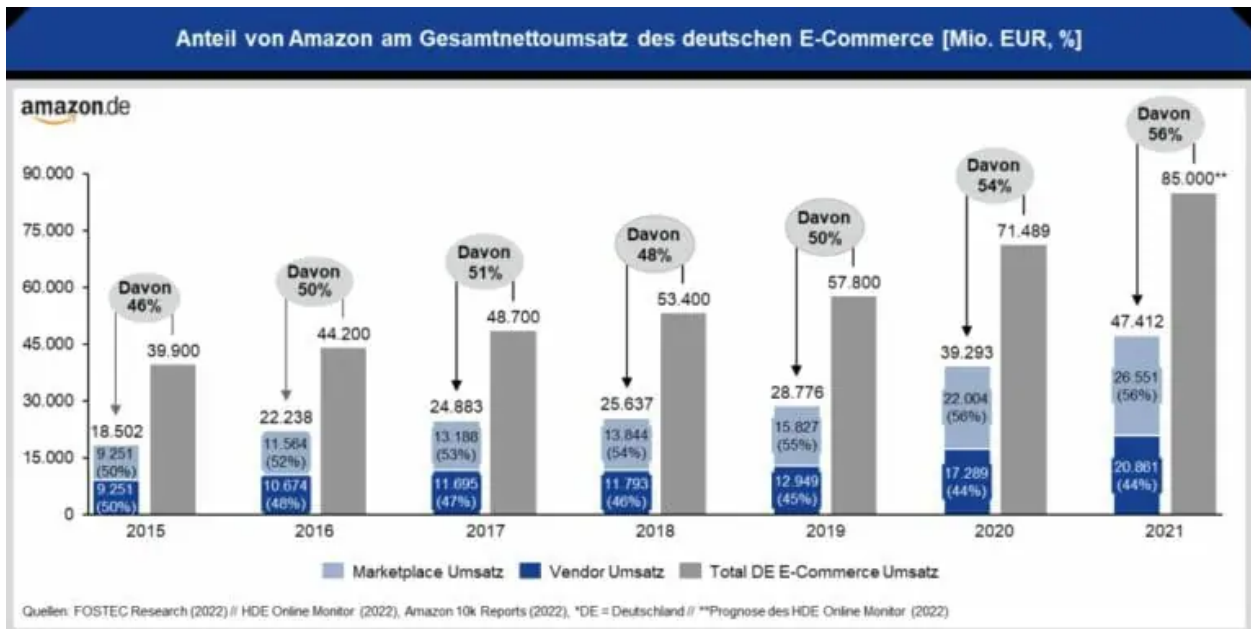
Stuttgart – Q1 2022

Quelle: Fostec & Company

**Die Wachstumsdynamik von Amazon ist ungebrochen. Fast 400 Milliarden Euro Umsatz konnte der Konzern im Jahr 2021 weltweit realisieren und gilt damit als einer der Hauptprofiteure der Corona-Krise. Einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen der Amazon-Plattform gibt ein neues Dossier von Fostec & Company.**

In Zeiten von Lockdowns und staatlich verordneten Geschäftsschließungen war E-Commerce die einzige Quelle für Produktkäufe. Um über 28 Prozent pro Jahr ist der Umsatz der Amazon-Plattform seit 2010 gewachsen. Damit erreichte der Umsatz im Jahr 2021 fast 400 Milliarden Euro. Doch die Wachstumstreiber sind längst nicht mehr der Online-Verkauf von Produkten oder das Marktplatz-Geschäft. Auch die Sparten Online-Advertising und Amazon Web Services (AWS) tragen zur positiven Geschäftsentwicklung bei.

Diese und weitere Erkenntnisse finden sich im kürzlich erschienenen Dossier [„Aktuelle Marktentwicklungen von Amazon“](#). Dieses gibt Einblick in die globale Entwicklung der der Amazon-Plattform, einzelne Geschäftsbereiche und Veränderungen des Kaufverhaltens von Kunden. „Dass Amazon bereits 56 Prozent des deutschen E-Commerce-Umsatzes generiert, ist bei der Entwicklung nicht verwunderlich“, erklärt Markus Fost, Managing Partner von Fostec & Company, der in mehr als 200 E-Commerce-Strategieprojekten Markenhersteller bei der Skalierung des Amazon-Geschäfts unterstützt hat.



Die Umsatzentwicklung der Amazon-Plattform im deutschen E-Commerce-Markt seit 2015. (Grafik: Fostec & Company)

## Amazon-Plattform bietet Vielzahl von Vorteilen

Kunden der der Amazon-Plattform schätzen die Attraktivität des Produktangebots, die Preise, schnelle Liefermöglichkeiten durch Amazon Prime und die Einfachheit der Plattform, Bestellungen zu tätigen. Das sind alles Gründe, die zum Anspruch von Amazon, das am stärksten kundenzentrierte Unternehmen der Welt zu sein, passen. Sie erklären auch, warum Amazon sich als erste Anlaufstelle – noch vor Google – für die Online-Produktrecherche etabliert hat.

Neben informativen Einblicken zu den aktuellen Entwicklungen von Amazon, erläutern die Experten von Fostec & Company wie Unternehmen Umsatzpotentiale auf Amazon bestimmen können und welche Schritte erforderlich sind, um eine maßgeschneiderte Amazon-Strategie aufzubauen.



Markus Fost ist Gründer und Geschäftsführer der Strategieberatung Fostec & Company GmbH. Er ist Experte für E-Commerce, Online-Geschäftsmodelle und digitale Transformation mit einer breiten Erfahrung in den Feldern Strategie, Organisation, Corporate Finance und der operativen Restrukturierung. (Bild: Fostec & Company)

**Fostec & Company** ist eine unabhängige und inhabergeführte Strategieberatungs-Boutique mit den Schwerpunkten Digitalisierung und E-Commerce. An den Nukleus der Strategie geknüpft, umfasst das Leistungsspektrum die Entwicklung von maßgeschneiderten digitalen Geschäftsmodellen, E-Commerce-Distributionsstrategien und die damit verbundene digitale Transformation von Unternehmen.

Lesen Sie auch: [Amazon Marketplace: Was den deutschen Markt vom übrigen Europa unterscheidet](#)

---

Teilen Sie die Meldung „Amazon-Plattform generiert über die Hälfte des deutschen E-Commerce-Umsatzes“ mit Ihren Kontakten:



Zugehörige Themen:

[Affiliate Marketing](#), [Amazon](#), [Beratung | Consulting](#), [E-Commerce & Onlinehandel](#), [E-Commerce-Plattform](#), [Geschäftsstrategie](#), [Marketing & Vertrieb](#), [Marktplatz](#), [Onlineshop](#)

---

[← zurück](#)

[weiter →](#)

## Ähnliche Artikel



### D2C im E-Commerce: Warum Direct to Consumer die Zukunft ist

eCommerce

[Zum Artikel »](#)



### Kaufentscheidung: Werte der Verbraucher beeinflussen diese maßgeblich

eCommerce

Eine neue Studie von Adobe zeigt, dass 83 Prozent der deutschen Verbraucher ihre Kaufentscheidung davon abhängig macht, ob die Marke ihren Werten und Moralvorstellungen entsprechen....

[Zum Artikel »](#)



## Luxusmode: Snapchat-Nutzer achten besonders auf Premiumqualität

eCommerce

Die Verbraucherumfrage Global Web Index und eine Studie von Snapchat zeigen, dass Snapchatter im Vergleich zu anderen Nutzergruppen beim Shopping besonders an Luxusmode mit Premiumqualität...

[Zum Artikel »](#)

## B2B-Shopsystem: Was der Mittelstand braucht

eCommerce

Spätestens seit der Corona-Pandemie haben wohl die meisten als private Konsumenten schon einmal ihre Einkäufe digital über einen Webshop erledigt. Gerade für mittelständische Unternehmen im...

[Zum Artikel »](#)



## E-Commerce: Deutsche haben hohes Vertrauen in Lieferqualität und Sicherheit

eCommerce

Die Gründe, warum Wenig-Besteller nicht im Internet einkaufen, unterscheiden sich in den europäischen Ländern. Besonders deutsche Verbraucher haben im Vergleich wenig Berührungsängste mit dem E-Commerce,...

[Zum Artikel »](#)

## Onlinehandel: Konsumentenverhalten in Europa gleicht sich immer mehr an

eCommerce

Der „Nexi European E-Commerce Report 2021“ zeigt zum 15. Mal, wie sich der Onlinehandel in Europa und der DACH-Region entwickelt. Auffallend ist, dass sich das...

[Zum Artikel »](#)

## **Nexus 2022: Raja überzeugt mit nachhaltigen Verpackungslösungen**

eCommerce

Am 18. Juni 2022 präsentierte Raja auf der diesjährigen Nexus in Leipzig ihre nachhaltigen Verpackungslösungen. Die vom Händlerbund organisierte Messe deckt alle Themen rund um...

[Zum Artikel »](#)

## **Finetrading: Wie Smart Billment die finanzielle Stabilität von Online-Händlern unterstützt**

eCommerce

Fachkräftemangel, Lieferkettenprobleme, Corona-Pandemie und auch der Ukrainekrieg mit Energiekostenanstieg und Rohstoffknappheit im Schlepptau – Unternehmer müssen momentan viele Herausforderungen meistern und sind seit Anfang 2022...

[Zum Artikel »](#)

## **Shopify präsentiert über 100 Plattform-Updates und ein Handelskonzept der Zukunft**

eCommerce

Shopify hat anlässlich der Shopify Editions seine Vision für die Zukunft des Handels vorgestellt. Angekündigt wurden über 100 neue Updates der Commerce-Plattform. Zudem erhält die...

[Zum Artikel »](#)

## **Verändertes Kaufverhalten: Mit weniger Aufwand mehr aus dem Online-Business herausholen**

eCommerce

Online-Händler\*innen stehen vor großen Herausforderungen. Neben der Verunsicherung der Konsument\*innen durch die Folgen des Krieges und der Inflation wird es für sie zunehmend schwerer, Interessent\*innen...

[Zum Artikel »](#)

## Hybrid-Commerce: Neuer Onlineshop durchbricht alle Grenzen

eCommerce

Die E-Commerce-Plattform des Osnabrücker Modeanbieters L&T (Lengermann & Trieschmann GmbH & Co. KG) präsentiert sich im neuen Gewand. Mithilfe des Shopsystems novomind iSHOP wird die...

[Zum Artikel »](#)

## Von einer Schnapsidee zu tausenden Bestellungen pro Stunde – wie FJU das geschafft hat

eCommerce, Sponsored-Post

Wer im E-Commerce von Anfang an auf die richtigen Softwaresysteme setzt, spart sich viel Frust, wenn die Auftragszahlen endlich steigen. Diese Erfahrung haben die Gründer...

[Zum Artikel »](#)

---

Mediadaten

Abonnement

Aboservice

Weitere Magazine

AGB

Datenschutz

Impressum

Datenschutzeinstellungen

Kontakt

Newsletter