

## Amazon erhöht den Druck auf FMCG-Lieferanten

Von Denise Klug (mailto:denise.klug@dfv.de), Delphine Sachsenröder (mailto:delphine.sachsenroeder@dfv.de), Philip Brändlein (mailto:Philip.Braendlein@dfv.de) und Hendrik Varnholt

Freitag, 26. August 2022



Schweres Geschäft: Amazon wehrt sich gegen Preiserhöhungen.

(/news/media/24/amazon-pakete-imao-233699.jpeg)

Amazon stemmt sich ähnlich wie klassische Lebensmittelhändler gegen Preiserhöhungen. Der Einkauf des US-Konzerns läuft meist automatisiert ab und ist schlank aufgestellt. Der Absatzkanal wird dennoch für Lieferanten immer wichtiger.

Der Online-Riese Amazon legt nach LZ-Informationen derzeit den Fokus auf Margensicherung. Vonseiten der Konsumgüter-Hersteller ist zu hören, die Verhandlungen mit dem Unternehmen seien schwieriger geworden. Der Onlinehändler habe vom LEH gelernt.

Ein Lieferant berichtet, dass es derzeit unmöglich sei, Preiserhöhungen durchzusetzen. Als Folge hat sich die Marke von der Plattform zurückgezogen. "Einzelne Hersteller pausieren die Zusammenarbeit mit Amazon oder listen einzelne Produkte nicht mehr", sagt auch Marc Aufzug. Er ist Gründer und Partner von Factor-A/Dept, einer Agentur für Hersteller und Marktplatztteilnehmer, die auf Amazon aktiv sind.

Lange Diskussionen gibt es bei Amazon nicht. Der Einkauf läuft den Lieferanten zufolge größtenteils automatisiert ab. Amazon äußert sich auf Anfrage nicht zu internen Abläufen und der Preisgestaltung. Nach LZ-Recherchen geben Hersteller in der Regel ihren Preis in ein System ein, wenn er außerhalb der akzeptablen Spanne liegt, bestellt Amazon nicht.

### Analyse der Preise für den gesamten Online-Markt

Der Tech-Riese analysiert die Preise für den gesamten Online-Markt, auch außerhalb von Amazons Angebot und inklusive Aktionen. Ein Algorithmus reagiert zudem auf Preiselastizitäten. Amazon startet hier mit einem Preis, erhöht und senkt ihn stufenweise und misst die jeweiligen Abverkäufe. So kann das Unternehmen herausfinden, wo das Optimum liegt. "Man kann nur sehr schwer Preiserhöhungen durchsetzen, wenn das Gegenüber deutlich mehr harte Daten zur Verfügung hat",

sagt Aufzug. Und es sei schwer, nach einem Bestellstopp mit jemandem darüber zu reden.

Das globale Einkaufsteam in Europa besteht laut Markus Fost vom Beratungsunternehmen Fostec & Company aus etwa 400 Einkäufern. Für den FMCG-Bereich schätzt er die Zahl auf rund 30 Vollzeitkräfte. Größere Marken wie Unilever, Beiersdorf oder Nestlé hätten natürlich einen Ansprechpartner und würden in der Regel paneuropäisch betreut.

Im Konsumgüter-Segment hat Amazon in München nach LZ-Informationen Kapazitäten aufgebaut. Es gibt jedoch Lieferanten, die monieren, dass die Einkäufer zu wenig Zeit für sie hätten. Laut Fost ist ein Einkäufer manchmal für bis zu 500 Hersteller zuständig. Mit vielen werde daher automatisiert verhandelt und es sei dann mühsam, zu widersprechen. Wer einen menschlichen Ansprechpartner bevorzugt, kann diesen als Dienstleistung des Amazon Vendor Services erwerben. Den teilten sich dann bis zu zehn Hersteller. Fost: "Das kostet zwischen 90.000 und 180.000 Euro im Jahr."

## Kaum Lücken im Sortiment

So anspruchsvoll die Situation auch sein mag, für die Branche ist es selten eine Option, auf Amazon als Absatzkanal zu verzichten. "Wir müssen dort sein, wo die Kunden sind", erklärt ein FMCG-Hersteller. Wenn sich ein Lieferant zurückzieht, besteht die Möglichkeit, dass ein Marktplatzteilnehmer die Lücke füllt. Die Produzenten, die sich bei Amazon auch um Inhalte, ihren Marken-Shop und Werbung kümmern müssen, verlieren die Kontrolle über ihre Marke. Der Industrie wird zugleich ein Druckmittel genommen, denn es kommt bei Amazon selten zu Lücken.

Der US-Konzern kann bei Verhandlungen auf seine Größe setzen. Auch im E-Food-Markt hat der Online-Riese die Nase vorn. Laut einer Umfrage von Statista haben 38 Prozent der Online-Shopper in Deutschland bereits Lebensmittel oder Getränke bei Amazon bestellt. Die Analysten von Edge by Ascential gehen davon aus, dass das Unternehmen mit einem Anteil von 26,2 Prozent den deutschen E-Food-Markt anführt. Dieser Wert bezieht sich nicht nur auf den Lieferdienst Fresh oder die Prime-Partnerschaft mit Tegut. Der größte Teil lässt sich auf Umsätze über Amazon.de zurückführen, obwohl der Shop nur haltbare Lebensmittel, Getränke und Drogerieartikel anbietet.

MEHR DAZU

---



Kassenlose Geschäfte

## Amazon UK pausiert mit der Expansion von Fresh-Märkten

In Großbritannien soll es vorerst keine weiteren vollautomatisierten Fresh-Läden von Amazon mehr geben. Die US-Online-Riese zeigt sich laut eines Medienberichts von der Umsatzentwicklung des Formats auf der Insel enttäuscht.

(/handel/online-handel/kassenlose-geschaefte-amazon-uk-pausiert-mit-der-expansion-von-fresh-maerkten-166774)

In Großbritannien hat Amazon die Expansion der kassenlosen Läden pausiert. Auch wegen der hohen Kosten. Bei den Konsumgütern auf der Plattform sieht es da für Amazon besser aus. "Das Segment hat deutlich zugelegt, weil es für den Hersteller und Amazon viel simpler zu beackern ist", sagt Marc Aufzug.

Haltbare Produkte kann der Online-Shop-Betreiber fast wie Elektronikartikel behandeln. Gegen kleinere Warenkörbe sollen Großpackungen sowie Abo-Systeme helfen. Dennoch: Die Margen der Schnelldreher sind geringer als jene im Nonfood, und Amazon will die Kostenstruktur verbessern. Zu Beginn der Pandemie hatte das Unternehmen in seine Infrastruktur investiert. "Es gibt nun einen Kapazitätsüberhang an Personal, an Logistikressourcen und gleichzeitig zu wenig Nachfrage", sagt Markus Fost. Entsprechend achtet Amazon noch genauer auf die Zahlen.

**ADVERTORIAL** Relevanz, Reichweite, ROI

Warum YouTube im Marketingmix unverzichtbar ist

(<https://ad13.adfarm1.adition.com/redi?>

[sid=4495237&gdpr=\\${GDPR}&gdpr\\_consent=\\${GDPR\\_CONSENT\\_39}&kid=5460818&bid=16503975](https://ad13.adfarm1.adition.com/redi?sid=4495237&gdpr=${GDPR}&gdpr_consent=${GDPR_CONSENT_39}&kid=5460818&bid=16503975))

**Lebensmittel**  
Zeitung

**JOBS**

**AKTUELLE JOBS FÜR SIE**

(<https://www.lzjobs.de/>)

---

SAFFER WEIN GMBH

**Nationaler Verkaufsleiter / Key Account Manager im Weinvertrieb LEH (w/m/d)**

([http://www.lzjobs.de/Job/Nationaler-Verkaufsleiter-Key-Account-Manager-im-Weinvertrieb-LEH-w-m-d.945315515.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/Nationaler-Verkaufsleiter-Key-Account-Manager-im-Weinvertrieb-LEH-w-m-d.945315515.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



HEURICH GMBH & CO. KG

**Leitung Einkauf (m/w/d)**

([http://www.lzjobs.de/Job/Leitung-Einkauf-m-w-d.944955305.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/Leitung-Einkauf-m-w-d.944955305.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



ÜBER LIEBLER INSTITUT GMBH

**Zentrale Leitung Prozesse & Technik (m/w/d)  
Lebensmittelindustrie, zuständig für 5 Standorte**

([http://www.lzjobs.de/Job/Zentrale-Leitung-Prozesse-Technik-m-w-d-Lebensmittelindustrie-zustaendig-fuer-5-Standorte.943530175.html?jw\\_chl\\_seg=ONLY\\_LZ\\_JOBS\\_FEED](http://www.lzjobs.de/Job/Zentrale-Leitung-Prozesse-Technik-m-w-d-Lebensmittelindustrie-zustaendig-fuer-5-Standorte.943530175.html?jw_chl_seg=ONLY_LZ_JOBS_FEED))



[Alle Stellenanzeigen auf lzjobs.de](https://www.lzjobs.de/) (<https://www.lzjobs.de/>)