

Mit Vielfalt gegen die Krise





Die derzeitigen Entwicklungen rund um die Corona-Pandemie signalisieren uns sehr deutlich, wie wichtig die Gesundheit jedes Einzelnen ist. Ich hoffe daher sehr, dass Sie alle wohlauf sind. Gleichzeitig rückt die Frage zurück in den Fokus: wie verändert das Virus den Handel? Ich habe seit Beginn der Pandemie vielfältige Antworten auf diese Frage erhalten – gegeben von Unternehmerinnen und Unternehmern, die der Krise mit Kreativität begegnen.

Bärbel Grünberger aus Straßlach bei München etwa verkauft unter der Marke Varia Living selbst entworfene Möbel und Deko-Artikel. Als im März Läden schließen mussten, fiel ein Großteil ihrer Einnahmen über Nacht weg. Über Amazon aber wuchs die Nachfrage um 55 Prozent im Vergleich zum Vorjahr – also konzentrierte sie sich stärker auf den Online-Verkauf. Ähnlich erging es dem über 155 Jahre alten Hutgeschäft von Alexander Breiter, das digital seinen Umsatz sicherte, als er sein lokales Geschäft in der Münchner Innenstadt schließen musste. Und Christine Schmandt, die Gründerin von Mummelito, stellt normalerweise in Handarbeit Mode für Kinder und Mütter her – auf dem ersten Höhepunkt der Pandemie hat sie jedoch begonnen, vorübergehend Alltagsmasken zu nähen.

Unternehmer, die ihre Produkte über Amazon.de Kundinnen und Kunden anbieten, hatten während der ersten Corona-Welle zwischen März und Mai einen Anteil von fast zwei Drittel am gesamten Umsatz von Amazon.de – und damit deutlich mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Viele von ihnen betreiben zugleich einen Laden vor Ort.

Auch wenn niemand sicher beantworten kann, wie sich der Handel in den nächsten Monaten und nach der Pandemie entwickeln wird, so sehr zeichnet sich doch ab: nur stationär oder nur online – das gilt spätestens seit Beginn der Pandemie nicht mehr. Der Mix aus beidem bestimmt längst das Bild. Einer Studie von GlobalData zufolge wollen jetzt sogar 86 % der Führungskräfte im deutschen Einzelhandel in den nächsten fünf Jahren in Angebote investieren, die einen nahtlosen Übergang zwischen online und stationär ermöglichen. Zugleich gaben 70 % der Verbraucherinnen und Verbraucher an, dass sie die soziale Interaktion im stationären Handel während des Lockdowns vermissen – was zeigt, wie groß der Wunsch bei Kundinnen und Kunden nach Vielfalt ist.

Während der Krise entstand auch „Händler helfen Händlern“ – 2.500 Unternehmen, die sich gegenseitig bei den derzeitigen Herausforderungen unterstützen und Erfahrungen miteinander teilen. Gemeinsam mit dieser neuen Initiative und dem Handelsverband HDE haben wir die Wissensplattform „Quickstart Online“ ins Leben gerufen. Sie unterstützt kleine und mittelgroße Händler dabei, ein eigenes Digital-Geschäft aufzubauen – beginnend mit kostenlosen Online-Seminaren von Experten aus den unterschiedlichsten Bereichen. Es geht hier um rechtliche Fragen genauso wie um Social-Media-Marketing oder Kundenbindung – eben alles, was man für den Handel über das Internet braucht.

Aus dem gleichen Gedanken heraus haben wir mit dem diesjährigen Prime Day auch kleine und mittlere Unternehmen aus aller Welt unterstützt, zum Beispiel mit über 85 Millionen Euro für die Bewerbung ihrer Produkte. Prime-Mitglieder, die vor dem Prime Day für mindestens 10 Euro bei ausgewählten Verkaufspartnern einkauften, erhielten ein 10-Euro-Shopping-Guthaben. In dieser Zeit konnten dadurch etwa die Bierbrauer des jungen Unternehmens Crew Republic ihren Umsatz durch den Verkauf über Amazon.de verdreifachen. Unabhängige Verkaufspartner erzielten am Prime Day dann mit über 3,5 Milliarden US-Dollar auch fast 60 Prozent mehr Umsatz als am Prime Day 2019, wie eine Zusammenfassung des Prime Day zeigt.

Quickstart Online und unsere Prime Day Aktion sollen Mut machen, neue Wege zu gehen und Kreativität fördern – für die es bereits heute so viele erfolgsversprechende Beispiele gibt. Denn eines wollen wir für alle Kundinnen und Kunden erhalten: eine große Vielfalt an Einkaufsmöglichkeiten.



Ihr Ralf Kleber
Country Manager Amazon.de



Eine Werbeschaltung bei uns
ist viel günstiger als sie denken.

Fragen sie uns danach