

**MICHAEL ROSENFELD**

Amazon Private Label — aus der Praxis

---

# Amazon Private Label Starter-Checkliste

Der Praxis-Leitfaden für deinen Start —  
von der Produktidee bis zum Cashflow.

*„Made in der Praxis, nicht am Whiteboard.“*

8 Bausteine, die über Gewinn oder Verlust entscheiden — in der Reihenfolge, in der du sie brauchst.

# 01 Produktauswahl

*Das teuerste Produkt ist das falsche Produkt. Hier wird 80 % des Erfolgs entschieden — vor dem ersten Euro Einkauf.*

- ☐ Nachfrage validiert: stabile Verkaufszahlen über 12 Monate, kein reiner Saison-Peak (Keepa / Helium 10 / Jungle Scout).
- ☐ Wettbewerb machbar: Top-Listings unter ~500 Reviews oder mit klaren Schwächen (schlechte Bilder, dünner Content).
- ☐ Preiskorridor 20–50 € — hoch genug für Marge, niedrig genug für Impulskauf.
- ☐ Klein & leicht: passt in einfache Verpackung, keine Übergröße, kein Gefahrgut, keine Elektronik mit CE-Aufwand am Anfang.
- ☐ Differenzierung definiert: Bundle, Qualität, Design oder Zielgruppe — nicht nur „ich mache das Gleiche billiger“.
- ☐ Rechtlich sauber: kein Marken-/Patentkonflikt, keine gesperrte Kategorie, Zulassung/Dokumente realistisch beschaffbar.

*Praxis-Tipp: Wenn du das Produkt in einem Satz erklären und in drei Sekunden am Foto erkennen kannst — gut. Wenn nicht, wird das Listing teuer.*

# 02 Margenkalkulation

*Rechne rückwärts vom Verkaufspreis, nicht vorwärts vom Einkauf. Kein Produkt startet ohne diese Zahl.*

- ☐ Landed Cost pro Stück: Einkauf + Fracht + Zoll + Verpackung — alles auf die Einheit umgelegt.
- ☐ Amazon-Gebühren erfasst: Referral Fee (meist 15 %) + FBA-Fulfillment + ggf. Lager-/Langzeitgebühren.
- ☐ PPC-Kosten eingeplant: realistisch 10–25 % vom Umsatz in der Startphase (TACoS).
- ☐ Retouren & Ausschuss kalkuliert: Puffer 2–5 % je nach Kategorie.
- ☐ Netto-Marge NACH allem  $\geq 20$  %. Darunter kein Spielraum für Fehler, PPC oder Preiskampf.
- ☐ Break-even-Stückzahl bekannt: ab wann ist die erste Bestellung bezahlt?

*Praxis-Tipp: Die MwSt. gehört dir nicht — rechne immer netto. Wer mit Brutto-Umsatz plant, plant sich reich und wird arm.*

## 03 Listing-Optimierung

*Das Listing ist dein Verkäufer, der nie schläft. Bilder verkaufen, Text überzeugt, Keywords bringen den Traffic.*

- ☐ Hauptbild: Produkt freigestellt auf Weiß, formatfüllend, gestochen scharf — Amazon-Regel erfüllt.
- ☐ 6–7 weitere Bilder: Nutzen, Größenverhältnis, Anwendung, Detail, Lifestyle, Infografik.
- ☐ Titel: Marke + Hauptkeyword + Kernnutzen, lesbar — kein Keyword-Müllhaufen.
- ☐ Bullet Points: 5x Nutzen statt Features, jeweils mit relevantem Keyword.
- ☐ A+ Content / Brand Story hinterlegt (Marke registriert vorausgesetzt).
- ☐ Backend-Kywords gefüllt, Rechtschreibvarianten & Synonyme, keine Wiederholungen.

*Praxis-Tipp: Investiere zuerst ins Hauptbild und die ersten zwei Zusatzbilder. Sie entscheiden über die Klickrate — alles andere kommt danach.*

## 04 Werbung & PPC

*PPC kauft dir Sichtbarkeit und Daten. Ziel am Anfang: ranken und lernen — nicht sofort maximal profitabel sein.*

- ☐ Startstruktur: je eine Auto-Kampagne + manuelle Exact-Kampagne pro Produkt.
- ☐ Auto-Kampagne als Keyword-Miner: gute Suchbegriffe ernten, in Exact überführen.
- ☐ Negative Keywords konsequent pflegen — hier verbrennt das meiste Budget.
- ☐ Ziel-ACoS definiert: Start höher (Ranking), später runter auf Profitabilität.
- ☐ TACoS beobachten (Ad-Spend / Gesamtumsatz): sinkt er, wächst der organische Anteil.
- ☐ Wöchentlicher Rhythmus: Search-Term-Report prüfen, Gebote anpassen, Verlierer stoppen.

*Praxis-Tipp: Ändere nie alles auf einmal. Eine Stellschraube pro Woche — sonst weißt du nie, was gewirkt hat.*

## 05 Einkauf & Beschaffung

*Der Lieferant ist ein Partner, kein Automat. Muster, Vertrag und Kontrolle sparen dir später fünfstellige Beträge.*

- ☐ Mindestens 3 Lieferanten angefragt und verglichen (Preis, MOQ, Zertifikate, Reaktionszeit).
- ☐ Muster bestellt und physisch geprüft — nie ohne Muster in Serie gehen.
- ☐ Preis inkl. Staffel, MOQ und Verpackung schriftlich fixiert.
- ☐ Qualitätsstandard + AQL-Inspektion vor Versand vereinbart (Drittprüfer).
- ☐ Zahlungsbedingungen sicher: z. B. 30 % Anzahlung / 70 % nach bestandener Inspektion.
- ☐ Produkt- und Verpackungskonformität geklärt (Zertifikate, Labelpflichten, Barcodes).

*Praxis-Tipp: Der günstigste Lieferant ist selten der billigste. Rechne Ausschuss, Nacharbeit und Verzögerung immer mit ein.*

## 06 Logistik & Import

*Ware im Container ist totes Kapital. Plane den Nachschub, bevor der Bestand knapp wird — Stockout kostet Ranking und Marge.*

- ☐ Incoterms verstanden: wer zahlt/haftet wo (FOB vs. DDP) — sauber im Auftrag festgehalten.
- ☐ Versandart bewusst gewählt: See (günstig, langsam) vs. Luft (teuer, schnell) je nach Cashflow.
- ☐ EORI-Nummer vorhanden, Zolltarifnummer (HS-Code) korrekt bestimmt.
- ☐ Einfuhrumsatzsteuer & Zoll einkalkuliert — als durchlaufender, aber liquiditätswirksamer Posten.
- ☐ FBA-Anlieferung regelkonform: Etiketten, Kartonlimits, Prep-Anforderungen erfüllt.
- ☐ Nachbestell-Punkt definiert: Lieferzeit + Puffer, damit nie ein Stockout entsteht.

*Praxis-Tipp: Rechne bei See-Fracht immer 1–2 Wochen Puffer ein. Der Zoll, der Hafen oder das Wetter halten sich nicht an deinen Plan.*

## 07 Steuern & Buchhaltung

*Amazon ist ein internationales Geschäft ab Tag eins. Wer Umsatzsteuer und Buchhaltung ignoriert, zahlt später doppelt.*

- ☐ Passende Rechtsform gewählt und Gewerbe/Firma angemeldet.
- ☐ Umsatzsteuer-ID beantragt; Reverse-Charge bei EU-Einkauf verstanden.
- ☐ OSS-Verfahren geprüft, sobald in andere EU-Länder verkauft wird.
- ☐ Umsatzsteuer-Registrierungen dort, wo Lagerung/Schwellen es verlangen (z. B. FBA-Länder).
- ☐ Buchhaltung von Beginn an sauber: Belege, Amazon-Abrechnungen, Einkaufsrechnungen digital abgelegt.
- ☐ Steuerberater mit Amazon-/E-Commerce-Erfahrung an Bord — kein Generalist.

*Praxis-Tipp: Lege die Umsatzsteuer sofort beiseite, wenn sie reinkommt. Sie ist nie dein Geld — auch wenn sie auf deinem Konto liegt.*

## 08 Finanzen & Planung

*Amazon-Wachstum frisst Cash. Nicht der Gewinn tötet Händler, sondern die Liquidität. Plane den Geldfluss, nicht nur den Umsatz.*

- ☐ Startkapital realistisch: Ware + Fracht + PPC + Puffer — nicht nur die erste Bestellung.
- ☐ Cashflow-Plan über 12 Monate: wann geht Geld raus, wann kommt es zurück?
- ☐ Kapitalbindung verstanden: Geld steckt 60–120 Tage in Produktion, Transit und Lager.
- ☐ Kennzahlen im Blick: Netto-Marge, TACoS, Rohmarge, Umschlagshäufigkeit.
- ☐ Reinvestitions-Regel definiert: welcher Anteil des Gewinns geht in Nachschub & neue Produkte?
- ☐ Notfallpuffer für Stockout, Preiskampf oder Sperrung — nie „all in“ auf ein SKU.

*Praxis-Tipp: Führe eine simple Cashflow-Tabelle vom ersten Tag an. Der Kontostand lügt — der Plan zeigt dir, ob du wirklich wächst.*

# Checkliste ist der Anfang. Umsetzung ist das Geschäft.

Diese Liste zeigt dir, WORAUF es ankommt. Der Unterschied zwischen einem Händler, der scheitert, und einem, der skaliert, liegt im WIE — in den Details bei Produktwahl, Verhandlung, PPC und Cashflow.

**Ich baue kein Coaching-Business.**

**Ich baue Amazon-Businesses.**

Wenn du deinen Start oder deine Skalierung mit jemandem durchgehen willst, der es selbst jeden Tag operativ macht — lass uns sprechen. Kostenloses Erstgespräch.

→ [michaelrosenfeld.de](https://michaelrosenfeld.de)