

Supporting Page:

“Amazon Verkaufsgebühren” DE

Primary Keyword:

“amazon verkaufsgebühren”

LSI-Keywords:

amazon gebühren
amazon verkaufen kosten
amazon gebührenrechner
verkaufsgebühren amazon
bei amazon verkaufen kosten
amazon marketplace gebühren
amazon handmade gebühren
amazon gebühren beispiel
amazon gewerblich verkaufen kosten
amazon gebührenrechner online
amazon gebührenrechner excel
amazon verkaufsgebühren kategorien
amazon verkaufsgebühren berechnen
amazon provision
amazon verkaufstarif einzelanbieter

Empfohlene Wortanzahl:

970 Wörter

Amazon Verkaufsgebühren in der großen Übersicht: Mit welchen Kosten Sie beim Verkaufen über den Amazon Marketplace rechnen müssen

Die Perspektive klingt vielversprechend: Gegen entsprechende Verkaufsgebühren bietet Amazon Online-Händlern nahezu jeder Branche und Größe die Chance, die eigenen Produkte kurzerhand einem kaufbereiten Millionenpublikum zu unterbreiten. Im Gegensatz zum eigenen Online Store muss dabei weder für die notwendige Shop-Infrastruktur noch für einen adäquaten Besucherstrom gesorgt werden. **Doch welche Kosten und Gebühren fallen beim Verkaufen der eigenen Artikel über den weltbekannten Amazon Marketplace schlussendlich wirklich an?** Wie setzen diese sich zusammen, und welche Unterschiede bestehen zwischen Produktkategorien und Ländern? Gibt es Ausnahmen und Sonderregelungen, von denen man vor dem Verkaufsstart wissen sollte? Kurzum: **Lohnt sich der Verkauf für mich überhaupt?**

All diese und weitere Fragen klären wir für Sie im Laufe dieses Artikels. Dazu beleuchten wir zunächst das Grundprinzip hinter Amazons Marktplatzmodell und zeigen Ihnen auf, wie die verschiedenen Gebühren überhaupt entstehen. Im Anschluss gehen wir auf Unterschiede, Vor- und Nachteile der beiden Tarifmodelle "Einzelanbieter" und "Professioneller Verkäufer" ein, sodass Sie die für sich passende Variante problemlos ausmachen können. Zur korrekten Bewertung der tatsächlich anfallenden Kosten folgt eine große Übersicht der verschiedenen Verkaufsprovisionen, die sich von Kategorie zu Kategorie teils beträchtlich unterscheiden, sowie der Gebühren für Amazons beliebtes Fulfillment-Programm "FBA". Zu guter Letzt geben wir Ihnen eine Reihe an Tipps und Tricks mit auf den Weg, die Ihnen die Vorbereitung und den Einstieg in den weltgrößten Online-Marktplatz ein wenig erleichtern sollten. Viel Spaß beim Lesen!

Übrigens: Sollten Sie bereits über einen eigenen Webshop verfügen, stellt das nicht etwa ein Hindernis auf dem Weg zum erfolgreichen Verkaufen Ihrer Produkte über Amazon dar. Ganz im Gegenteil: In Verbindung mit unserem Listing-Tool magnalister bietet dies sogar **ideale Voraussetzungen für einen einfachen und kosteneffizienten Einstieg**, wie wir Ihnen im Laufe dieses Artikels ebenso aufzeigen.

Mehr zu den Kernfunktionen der magnalister Marktplatz-Schnittstelle und die Möglichkeit, das Plugin 30 Tage kostenfrei in vollem Funktionsumfang zu testen, finden Sie hier:

[CTA-Button: AMAZON PER MAGNALISTER ANBINDEN]

Hinweis: Die in diesem Artikel genannten Angaben und Gebühren beziehen sich auf den Stand zum Januar 2021, sofern nicht explizit darauf hingewiesen. Bitte beachten Sie, dass Amazon sowohl Grund- als auch Provisions- und weitere Verkaufsgebühren jederzeit anpassen kann. Die entsprechenden Angaben sollten zur Sicherheit also noch einmal eigenständig überprüft werden.

Inhaltsverzeichnis

Amazon Verkaufsgebühren in der großen Übersicht: Mit welchen Kosten Sie beim Verkaufen über den Amazon Marketplace rechnen müssen

[Das Grundprinzip hinter Amazons Marktplatzmodell: Wie sich die Amazon Verkaufsgebühren zusammensetzen](#)

[Basistarif und professionelles Verkäuferkonto im Vergleich: Welche Variante ist für Sie die richtige?](#)

[Risikofreie Option für Neulinge: Das Amazon Basiskonto](#)

[Das professionelle Amazon Verkäuferkonto als Alternative für größere und anspruchsvollere Händler](#)

[Diese unterschiedlichen prozentualen Verkaufsgebühren fallen beim Verkauf Ihrer Produkte über den Amazon Marktplatz an](#)

[In der Übersicht: Kategorienabhängige Provisionen auf dem deutschen Amazon Marktplatz](#)

[Expansion geplant? Diese Unterschiede bestehen beim internationalen Verkauf](#)

[Amazon FBA: Zusatzkosten durch Nutzung von Amazons beliebtem Versand- und Fulfillment-Dienst](#)

[So rufen Sie ihre Amazon Verkaufsgebühren im Seller Central ab](#)

[Der Amazon Gebührenrechner hilft entscheidend bei der Verkaufsvorbereitung](#)

[Bei Nutzung von Amazon FBA: Gebührenvorschau und Versandgebührenrechner als nützliche Planungstools](#)

[Bonus-Tipp: Mit magnalister binden Sie bekannte Online-Marktplätze wie Amazon und eBay direkt an Ihren eigenen Webshop an - und profitieren von gesteigerter Effizienz im Multi-Channel-Vertrieb Ihrer Produkte](#)

[Fazit: Bei entsprechender Vorausplanung stellen die Verkaufsgebühren kein Hindernis für den erfolgreichen Verkauf auf Amazon dar](#)

Das Grundprinzip hinter Amazons Marktplatzmodell: Wie sich die **Amazon Verkaufsgebühren** zusammensetzen

Amazon beschränkt sich in seiner Geschäftstätigkeit längst nicht mehr auf den reinen Online Handel und die daraus resultierenden **Verkaufsgebühren**. Seit Jahren sind andere Geschäftsbereiche wie der Cloud-Computing-Service “Amazon Web Services” oder auch das Werbegeschäft mit Drittanbietern auf dem Vormarsch. Doch so sehr Amazon sich auch zum Technologieunternehmen à la Google oder Facebook wandelt: Das Handelsgeschäft ist und bleibt (auf absehbare Zeit) die Basis der verschiedenen Unternehmensfelder - und damit das Rückgrat des US-amerikanischen Online-Giganten.

Was des einen Freud ist, ist bekanntermaßen des anderen Leid. Doch wie sagt man im Englischen so schön: “There ain’t no such thing as a free lunch” - in anderen Worten: alles hat seinen Preis. **Grundsätzlich setzen sich die von Amazon erhobenen Gebühren dabei sowohl aus Fixbeträgen als auch aus variablen Anteilen je verkaufter Einheit zusammen.** Je nach gewähltem Tarif - wir gehen im Folgekapitel detailliert auf beide Alternativen ein - wird entweder ein festgelegter monatlicher Beitrag in Höhe von 39 EUR oder aber ein Pauschalbetrag (0,99 EUR) auf jeden verkauften Artikel fällig.

Daneben fallen prozentuale **Verkaufsgebühren** an, die sich mit den **Amazon**-eigenen Produktkategorien unterscheiden und im deutschen Marktplatz aktuell zwischen 7 und 15 Prozent liegen. Eine Ausnahme stellt der Verkauf von Zubehör für hauseigene Geräte wie den Sprachassistenten “Alexa” dar, welcher mit satten 45 Prozent zu Buche schlägt. Seit Mitte 2019 besteht zudem eine Mindestverkaufsgebühr in Höhe von 0,30 EUR, die auf die meisten Kategorien Anwendung findet.

Zusätzlich dazu können unter Umständen weitere Kosten und **Gebühren** anfallen, etwa im Zusammenhang mit dem Verkauf von Medienartikeln oder der Nutzung von Logistik- und Fulfillment-Services wie **Amazon FBA** (deutsch: “Versand durch Amazon”). Warum letztere nicht per se mit Mehrkosten gleichzusetzen sind, sondern das eigene Geschäft vielmehr schlanker und profitabler gestalten können, erfahren Sie übrigens in unserem gesonderten Artikel [“Erfolg mit FBA”](#).

Kurzum: Amazons Gebührenstruktur ist an und für sich nicht besonders kompliziert, kann für Anfänger und in Verbindung mit unterschiedlichen Produkttypen oder Fulfillment-Programmen aber schnell undurchsichtig werden. Abhilfe schaffen nützliche Tools wie der **Amazon Gebührenrechner**, den wir im Laufe des Artikels vorstellen, sowie natürlich eine gute Vorbereitung.

Basistarif und professionelles Verkäuferkonto im Vergleich: Welche Variante ist für Sie die richtige?

Wie eingangs bereits erwähnt, stehen Ihnen als Amazon-Händler zwei Verkaufstarife zur Verfügung, namentlich Einzelanbieter (auch "Basiskonto" oder "Basic Seller Account") und Professionell (auch "Professional Seller Account"). Der Unterschied beider Varianten liegt in der Kostenstruktur und Funktionsvielfalt, die die Pläne Ihnen als Verkäufer bieten. Die jeweiligen Zielgruppen sind dabei klar und deutlich abgegrenzt.

Risikofreie Option für Neulinge: Das Amazon Basiskonto

Entgegen der anfänglichen Auffassung vieler Einsteiger bietet bereits das Basiskonto alle notwendigen Funktionen, um die eigenen Produkte an Amazon-Kunden im In- und Ausland verkaufen zu können. Konkret erhalten Sie Zugriff auf die Verkaufsplattform, welcher Sie über Ihr Verkäuferkonto ("Amazon Seller Central") eigene Produktangebote, sogenannte Produkt-Listings, hinzufügen können. Auch stehen Ihnen beziehungsweise Ihren Kunden zahlreiche Services wie die Online-Bezahlungsfunktion "Amazon Pay" oder der beliebte Fulfillment-Dienst Amazon FBA zur Verfügung, auf den wird weiter unten noch einmal gesondert Bezug nehmen.

In Verbindung mit dem Verkaufstarif Einzelanbieter zahlen Sie keinerlei monatliche Grundgebühr an Amazon, dafür aber die angesprochene Pauschale in Höhe von 0,99 EUR pro verkauftem Produkt, welche zusätzlich zur Provision fällig wird. Dies bietet natürlich den großen Vorteil eines relativ risikofreien Starts in das Marktplatzgeschehen, leisten Sie doch erst dann Zahlungen, wenn Sie durch Verkäufe auch erste Umsätze generieren. In diesem Sinne besteht für Sie also keinerlei Verkaufsdruck, sofern Sie sich (zunächst) für das Basiskonto entscheiden.

Auf der anderen Seite sei gesagt: In Abhängigkeit der Preise, zu denen Sie Ihre Produkte verkaufen können, sowie der Produktkategorie können zusätzliche Kosten von beinahe einem Euro durchaus einen beträchtlichen Einfluss auf die eigene Marge bedeuten. Zudem sind Sie als Einzelanbieter nicht zum Verkauf von Produkten in beschränkten Kategorien qualifiziert (mehr zu Produktbeschränkungen erfahren Sie [hier](#)).

Der Basistarif ist damit primär geeignet für Händler, die nur **wenige Produkte zu verkaufen planen, und die ein Fixkostenrisiko durch einen monatlichen Beitrag vermeiden** möchten. Sofern etwa die eigenen Absatzzahlen zu Beginn nicht verlässlich eingeschätzt werden können, kann es natürlich durchaus Sinn ergeben, zunächst als Einzelanbieter zu starten und den Tarif bei Bedarf aufzustocken. Verkaufen Sie allerdings absehbar mehr als 40 Produkte pro Monat, so lohnt sich der Basistarif allein aus finanzieller Perspektive nicht. Die Pauschalgebühren würden in diesem Falle den monatlichen Beitrag im professionellen Tarif bereits übertreffen.

Das professionelle Amazon Verkäuferkonto als Alternative für größere und anspruchsvollere Händler

Sollten Sie zur zuletzt genannten Händlergruppe gehören und Ihre Produkte folglich in größerem Stile verkaufen wollen, so eignet sich in aller Regel ein professionelles Verkäuferkonto besser für Sie. Zwar wird mit 39 EUR ein nicht unwesentlicher monatlicher Beitrag fällig, der unabhängig von der tatsächlichen Verkaufsmenge geleistet werden muss. In Anbetracht der Chancen, die der Amazon Marketplace erfolgreichen Verkäufern eröffnet, ist das Kostenrisiko dieser Gebühren allerdings fast vernachlässigbar. Und wie wir eben bereits gelernt haben, zahlt sich das ganze spätestens ab der 40. verkauften Einheit eines jeden Monats aus.

“Spätestens” deshalb, weil ein Professional Seller Account neben dem Wegfall der Pauschalgebühr noch weitere Vorteile bietet, die den eigenen Geschäftserfolg ankurbeln können. So ist der Tarif unter anderem notwendig, sofern Sie (zu Beginn Ihrer Verkaufstätigkeit) Werbung für Ihre Produkte schalten, mehrere Benutzerkonten anlegen oder auf fortschrittliche Analyse- und Berichtsfunktionen zurückgreifen möchten. Darüber hinaus ist ein Professional Seller Account Grundvoraussetzung für den Erhalt der sogenannten “Buy Box” (deutsch: Einkaufswagenfeld) sowie des begehrten Prime-Status. Beide sind effektive Möglichkeiten zur Steigerung der Sichtbarkeit Ihrer Produkte und werden in unserem großen Amazon [Einsteiger-Guide](#) ausführlich erklärt.

Damit ist klar: Wer beabsichtigt, den Online-Marktplatz als **ernsthaften und absatzstarken Verkaufskanal für die eigene Produktpalette** zu nutzen, kommt um ein professionelles Verkäuferkonto gar nicht herum. Neben dem finanziellen Aspekt rund um die pauschalen Verkaufsgebühren bietet der Tarif eine Vielzahl an wichtigen Funktionen, die zu nachhaltigem Erfolg auf Amazon beitragen und damit die Türen zu echter Skalierung öffnen.

Diese unterschiedlichen prozentualen **Verkaufsgebühren** fallen beim Verkauf Ihrer Produkte über den **Amazon** Marktplatz an

Wie profitabel der **Verkauf** auf dem **Amazon Marketplace** im Einzelfall ist, hängt letztlich auch maßgeblich von den anfallenden prozentualen **Gebühren** ab - immerhin haben diese einen fixen Einfluss auf die jeweilige Gewinnmarge. Um Ihnen die Kalkulation der eigenen Profitabilität zu erleichtern, haben wir im Folgenden eine Übersicht für Sie zusammengestellt.

In der Übersicht: Kategorienabhängige Provisionen auf dem deutschen Amazon Marktplatz

Bevor wir uns die einzelnen Kategorien im Vergleich ansehen, muss auch hier noch einmal eine Unterscheidung vorgenommen werden. Denn neben festen Provisionshöhen - nachfolgend in der ersten Tabelle dargestellt - gibt es auch solche, die von gewissen Faktoren abhängen. Entscheidend ist dabei zumeist der Gesamtverkaufspreis (GVK) der Produkte, der neben dem eigentlichen Produktpreis auch Versand- und Zusatzkosten berücksichtigt, wie sie etwa für Geschenkverpackungen anfallen.

Doch beginnen wir mit den Pauschalgebühren. Um die Liste möglichst übersichtlich zu gestalten, haben wir Kategorien der gleichen Provisionsklasse gebündelt aufgeführt und diese nach aufsteigender Höhe sortiert. Produktklassen, welche von der Mindestverkaufsgebühr befreit sind, haben wir mit dem Zusatz "MVK-befreit" gekennzeichnet.

Provisionshöhe	Kategorie(n)
7 %	Computer Elektronik Elektro-Großgeräte Reifen
8 %	Videospielkonsolen (MVK-befreit)
10 %	Bier, Wein und Spirituosen (MVK-befreit) Fahrräder
12 %	Additive Fertigung (3D-Druck) Baumarkt Durchflussregelung & Filtration Flüssigkeitstransfer Industrielle Elektroinstallation Industrielle Werkzeuge & Instrumente Materialtransportprodukte Schleifmittel & Veredelungsprodukte Musikinstrumente & DJ-Equipment Handmade

15 %	Bücher, Musik, Videos und DVDs (MVK-befreit) Zubehör für Industrie & Wissenschaft Lehrmaterialien Systemgastronomie-Ausrüstung & Zubehör Software (MVK-befreit) Sport & Freizeit Videospiele - Spiele & Zubehör (MVK-befreit) Andere Produkte
45 %	Zubehör für Amazon-Geräte

Dabei ist anzumerken, dass die **Gebühren** für Produkte der Kategorie "Handmade" einer temporären Senkung von 15 % auf 12 % unterliegen, die laut **Amazon** selbst noch bis zum 31. Dezember 2021 besteht.

Hinzu kommen jene Kategorien mit variablen Provisionen. Wie oben bereits angesprochen, spielt der Gesamtverkaufspreis hier die entscheidende Rolle. Er kann einerseits über den grundsätzlich anzuwendenden Provisionssatz entscheiden, wie es in Zeile eins der folgenden Tabelle etwa der Fall ist. Das Prinzip ist dabei immer das gleiche: Bis zu einem gewissen GVK (hier: 10,00 EUR) findet eine niedrigere **Verkaufsgebühr** (8 %) Anwendung, während mit Überschreitung des von **Amazon** festgelegten Grenzbetrages eine höhere (15 %) fällig wird.

Daneben besteht in einigen Kategorien eine anteilig zusammengesetzte Provision. Schauen wir uns das Beispiel "Schmuck" mit einem Grenzbetrag von 250,00 EUR an, so bedeutet dies: Auf jenen Anteil des GVK, der über die besagten 250,00 EUR hinausgeht, zahlen Sie statt 20 % nur noch 5 % Gebühr.

Rechenbeispiel: Sie verkaufen eine Kette zu einem GVK (Produktpreis + Versandkosten + eventuelle Zusatzkosten) von 300,00 EUR. Ihre zu leistende Abgabe würde mit 52,50 EUR demnach der Summe aus 50,00 EUR (20 % von 250,00 EUR) und 2,50 EUR (5 % von 50,00 EUR) entsprechen.

Auch die entsprechende Subkategorie einer Produktklasse ("Auto und Motorrad") beziehungsweise die Fulfillment-Methode/-Klassifizierung des Händlers ("Bekleidung, Schuhe und Handtaschen") kann einen Einfluss auf die von **Amazon** einbehaltenen **Verkaufsgebühren** haben. Beachten Sie, dass es sich in letzterem Falle um eine zeitlich begrenzte Aktion bis zum 30. April 2021 handelt.

Die entsprechenden Kategorien und Provisionsmodelle gliedern sich wie folgt:

Kategorie(n)	Provisionshöhe und Bedingung
Babyprodukte (exkl. Kleidung) Beauty Lebensmittel & Feinkost	

(MVK-befreit) Drogerie & Körperpflege Elektronische Geräte für die Körperpflege	• 8 % für Produkte mit einem GVK $\leq$ 10,00 EUR • 15 % für Produkte mit einem GVK $>$ 10,00 EUR
Auto & Motorrad	• 7 % für elektronische Geräte der Kategorie • 12 % für elektronisches Zubehör der Kategorie • 15 % für die übrigen Produkte der Kategorie
Bekleidung, Schuhe und Handtaschen	Bei "Versand durch Amazon" (FBA) und "Prime durch Verkäufer": • 15 % für den Anteil des GVK $\leq$ 45,00 EUR • 7 % für jeden Anteil des GVK $>$ 45,00 EUR Für alle anderen Artikel: • 15 % Pauschalgebühr
Computer-Zubehör Elektronik-Zubehör	• 15 % für den Anteil des GVK $\leq$ 100,00 EUR • 8 % für jeden Anteil des GVK $>$ 100,00 EUR
Möbel	• 15 % für den Anteil des GVK $\leq$ 200,00 EUR • 10 % für jeden Anteil des GVK $>$ 200,00 EUR (ausgenommen Matratzen, hier werden 15 % fällig)
Schmuck	• 20 % für den Anteil des GVK $\leq$ 250,00 EUR • 5 % für jeden Anteil des GVK $>$ 250,00 EUR

Expansion geplant? Diese Unterschiede bestehen beim internationalen Verkauf

Welch enorme Chancen und Potenziale auch der grenzüberschreitende Handel über den weltbekannten Online-Marktplatz mit sich bringt, haben Sie womöglich bereits in unserem Artikel zum [internationalen Verkauf mit Amazon](#) erfahren. Doch wichtig zu wissen ist hierbei: **Nicht überall leisten Sie am Ende des Tages die gleichen Abgaben auf Ihre Verkaufserlöse.** Damit Sie dies von vornherein in Ihren Kalkulationen berücksichtigen können, erläutern wir im Folgenden die wichtigsten Unterschiede.

Grundsätzlich ist zunächst zu sagen, dass sich die prozentualen **Verkaufsgebühren**, wie wir sie oben für den deutschen **Amazon** Marktplatz tabellarisch zusammengefasst haben, von Land zu Land unterscheiden können. Die europäischen Marktplätze verfügen allerdings über eine sehr ähnliche Gebührenstruktur, sodass sich die anteiligen Abgaben auch in ihrer relativen Höhe untereinander nur unwesentlich verändern. Deutschland und die Niederlande weisen dabei die

niedrigsten Gebühren auf, während Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien geringfügig höhere Prozentsätze **einbehalten**. Eine Übersicht über alle europäischen Amazon Marketplaces mitsamt entsprechender **Gebühren** erhalten Sie [hier](#) (Login im Seller Central notwendig).

Etwas anders sieht das ganze auf den außereuropäischen **Amazon**-Plattformen aus, denn neben den tatsächlichen **Verkaufsgebühren** kann sich auch die strukturelle Aufteilung der Kategorien voneinander unterscheiden. So werden in den Vereinigten Staaten ([amazon.com](#)) beispielsweise 15 % für den Verkauf in der Kategorie "Schuhe, Handtaschen & Sonnenbrillen" fällig - und zwar unabhängig von der Fulfillment-Methode und dem Gesamtverkaufspreis. Anderweitige Bekleidung ist wiederum in der eigenständigen Kategorie "Bekleidung & Accessoires" untergebracht, auf die 17 % Pauschalgebühr berechnet werden. Noch deutlichere Unterschiede ergeben sich mit Blick auf asiatische Marktplätze wie etwa [Singapur](#). Hier sind die Gebühren spürbar niedriger als hierzulande; die meisten Kategorien liegen zwischen 6 und 10 %.

Praxis-Tipp für weltweite Verkäufer: Mehrkosten bei den fixen monatlichen Grundgebühren können Sie gänzlich vermeiden. Denn Amazon bietet in Form der sogenannten "vergünstigten Abonnementgebühr" einen weltweiten Verkauf zum Preis von 39,99 \$ (USD) an. Alles, was Sie dafür tun müssen, ist Ihre verschiedenen Marktplatz-Konten zu verknüpfen. Als Verkäufer profitieren Sie davon gleich zweifach, denn neben dem Umschiffen der mehrfachen Marktplatzgebühren verwalten Sie ihre Shops somit zentral aus einem Verkäuferkonto. Wie Sie Ihre internationalen Konten im Handumdrehen verknüpfen, erfahren Sie [hier](#).

Übrigens: Beim internationalen Verkauf kann unser Listing-Tool magnalister entscheidende Unterstützung leisten. Als Webshop-Plugin fungiert magnalister als direkte Schnittstelle zwischen Ihrem Online Shop und vielen der bekannten Online-Marktplätze wie Amazon und eBay - und zwar national wie international. Neben Kernfunktionen wie dem zentralen Produktupload direkt aus dem Webshop heraus, einem vollautomatisierten Preisabgleich sowie Lagerbestandssynchronisierung zwischen Shop und den verschiedenen Marktplätzen sorgen weitere Features für einen effizienten Mehrkanal-Vertrieb Ihrer Produkte. Dadurch sparen Sie nicht nur eine Menge Zeit und Kosten, sondern vereinfachen auch den koordinativen Aufwand für den internationalen Verkauf erheblich. Mehr dazu erfahren Sie weiter unten.

Sondergebühren beim Verkauf auf Amazon: Diese Regelungen sollten Sie kennen

Sondergebühren leistet niemand gerne. Allerdings kommen Sie auch als Amazon-Händler höchstwahrscheinlich nicht um die ein oder andere Zahlung herum. Die drei wichtigsten Arten von Sondergebühren, die **Amazon** neben den eigentlichen **Verkaufsgebühren** erhebt, sind die sogenannten **Abschlussgebühren**, die "**Gebühr für das Einstellen großer Angebotsmengen**" sowie **Bearbeitungsgebühren für anfallende Erstattungen** an Käufer.

Erstere werden ausschließlich bei Medienartikeln fällig und betragen 1,01 EUR für Bücher sowie jeweils 0,81 EUR für Musik, DVDs und Videos sowie Videospiele und Software. Beachten Sie eventuelle Unterschiede in Anwendung und Höhe der Abschlussgebühren in den unterschiedlichen Ländern. Zweitere findet lediglich dann Anwendung, wenn Sie pro Marktplatz mehr als 2 Millionen aktive SKUs ("Stock Keeping Unit", Artikelnummer) anbieten, die nicht dem Bereich "Medien" zuzuordnen sind. In diesem Fall wird eine zusätzliche Gebühr in Höhe von 0,0004 EUR pro Artikel beziehungsweise SKU erhoben. Bei einer Gesamtmenge von 4 Millionen Einheiten würden demnach 800,00 EUR fällig (4.000.000 - 2.000.000 x 0,0004 EUR).

Zu guter Letzt fallen Bearbeitungsgebühren für den Fall an, dass Sie Erstattungen an Kunden veranlassen - etwa im Falle von Stornierungen. Die von Amazon einbehaltene Gebühr beträgt grundsätzlich 20 % der prozentualen Verkaufsgebühr des jeweiligen Artikels, niemals aber mehr als 5,00 EUR. Bei einem GVK von 25,00 EUR und einer Provision von 10 % läge die Bearbeitungsgebühr also bei 0,50 EUR ($20\% \times (10\% \times 25,00 \text{ EUR})$). Eine Reihe weiterer hilfreicher Rechnungen, die verschiedene Fallbeispiele aufzeigen, finden Sie [hier](#).

Amazon FBA: Zusatzkosten durch Nutzung von Amazons beliebtem Versand- und Fulfillment-Dienst

Lagerung, Versand, Retouren und ein multilingualer Kundenservice. Immer mehr Händler greifen aus Zeit- und Effizienzgründen auf Amazons beliebten Zusatzdienst FBA zurück - und profitieren dabei auf direktem Wege vom weltumspannenden Logistiknetzwerk des Unternehmens. Natürlich kommt der Dienst, der vor allem für zeitlich und logistisch eingeschränkte Händler enorme Vorteile mit sich bringt, nicht zum Nulltarif. Doch woraus genau setzen sich die zusätzlich Kosten zusammen und was gibt es in diesem Kontext für Sie zu beachten?

Vorab: In unserem großen [FBA-Guide](#) haben wir neben diesen auch viele weitere Fragen ausführlich thematisiert. Sollten Sie abseits der **Verkaufsgebühren** also weitere Infos rund um **Amazon FBA** benötigen, so schauen Sie gerne einmal vorbei.

Sofern Sie von FBA Gebrauch machen, übernimmt Amazon für Sie das gesamte Warenhandling. Sie müssen lediglich dafür sorgen, dass Ihre Produkte im entsprechenden Amazon-Lager ankommen, wobei die meisten Händler Ihre Ware direkt vom Hersteller dorthin versenden lassen. Und damit wären wir auch bereits beim ersten Kostenpunkt.

Lagergebühren

Die Lagergebühren sind variabel und richten sich zum einen nach dem durchschnittlichen täglichen Lagervolumen (in Kubikmetern) pro Monat, die Ihre Produkte im Logistikzentrum einnehmen, und zum anderen nach der Lagerdauer. Dabei wird noch einmal unterschieden zwischen Haupt- und Nebensaison (Oktober bis Dezember bzw. Januar bis September), der Produktart (Bekleidung und Schuhe oder sonstige Produkte) und der Produktgröße, sofern Ihre Artikel Übergröße besitzen.

Folgende Kosten für die Lagerung entstehen demnach pro Kubikmeter und Monat:

Standardgröße			
Bekleidung und Schuhe		Sonstige Produkte	
Nebensaison:	Hauptsaison:	Nebensaison:	Hauptsaison:
15,60 €	21,60 €	26,00 €	36,00 €

Übergröße	
Nebensaison:	Hauptsaison:
18,00 €	25 €

Eine Ausnahme stellen Waren dar, die sich länger als 365 Tage im Logistikzentrum befinden. Zusätzlich zu den üblichen Lager-, Versand- und **Verkaufsgebühren** erhebt **Amazon** in diesem Falle nämlich sogenannte langfristige Lagergebühren. Diese betragen grundsätzlich 170 € pro Kubikmeter und Monat, wobei sich der Betrag im Falle von Medienartikeln sogar noch erhöhen kann - hier werden 0,10 € je Artikel berechnet, sofern die Summe die zuvor genannten 170 € überschreitet.

Versandgebühren

Den zweiten grundlegenden Kostenblock stellen die Versandgebühren dar. Anders als beim eigenständigen Versand (FBM, "Fulfillment by Merchant") haben Sie hier den Nachteil, dass Sie Versandmethode und -kosten nicht eigenständig festlegen beziehungsweise aushandeln können. Im Gegenzug übernimmt Amazon nicht nur den Prozess, sondern garantiert auch extrem schnelle Lieferzeiten (in der Regel ein bis maximal zwei Werktage), die Ihre Kundenzufriedenheit massiv erhöhen können.

Die Versandgebühren hängen neben dem Produkttyp sowie dessen Gewicht und Abmessungen auch vom Standort des Logistikzentrums ab. Bei allen produktbezogenen Variablen bietet der [Versandgebührenrechner](#) von Amazon eine großartige Orientierung, auf den wir im Folgekapitel noch einmal detaillierter eingehen. Der Standort des Logistikzentrums wird vor allem im Zusammenhang mit dem internationalen Verkauf über FBA relevant. Werden Ihre Produkte bei Nutzung des sogenannten europäischen Versandnetzwerks (EFN) beispielsweise aus einem lokalen Lager national wie international Versand, sieht der "paneuropäische Versand" eine Lagerung vor Ort, also in den jeweiligen Zielländern, vor. Auf beide Möglichkeiten gehen wir in unserem Beitrag zum [internationalen Verkauf mit Amazon](#) übrigens ausführlich ein.

Zusätzlich zum eigentlichen Warenhandling inklusive Retoure und Kundenservice bietet **Amazon** eine Reihe an optionalen Diensten an, auf die Sie gegen entsprechende zusätzliche **Gebühren** bei Bedarf jederzeit zurückgreifen können. Hierzu gehört beispielsweise die Etikettierung der Produkte, für die aktuell 0,15 EUR pro Artikel anfallen. Für berechnete Produkte wird zudem ein Geschenkverpackungsservice angeboten, wobei die Kosten dafür direkt vom Käufer übernommen werden.

Fallbeispiel: Für Lagerung und Versand eines herkömmlichen Toasters, der mit einem Standardpaket (Produktmaße $\leq 45 \times 34 \times 26$ cm) versandt wird und ein Sendungsgewicht von 2,2 kg aufweist, werden in der Nebensaison in Abhängigkeit des Versandprogramms und Lagerortes folgende Gebühren fällig:

Verkauf auf	Amazon.de	EU-Marktplatz	EU-Marktplatz
Versandprogramm	Mitteleuropa	Mitteleuropa (EFN)	Lokal (Pan-Europäisch)

Versandgebühr	4,57 €	10,12 €	Ab 4,67 €
Lagergebühr	0,29 €	0,29 €	Ab 0,29 €
Gesamt	4,86 €	10,41 €	Ab 4,96 €

Hinweis: Nähere Informationen zu den einzelnen Tarifen und Programmen finden Sie auf der offiziellen Website Amazons. Sollten Sie Ihre Produkte zu einem Verkaufspreis von weniger als 10 € (inkl. MwSt) anbieten und diese vergleichsweise klein und leicht sein, könnten sie beispielsweise auch für das Amazon Sonderprogramm "[Small and Light](#)" berechtigt sein.

Tipps und Tricks zum Umgang mit Verkaufsgebühren bei Amazon

So rufen Sie ihre Amazon Verkaufsgebühren im Seller Central ab

Selbstverständlich haben Sie jederzeit die Möglichkeit, die Höhe und Zusammensetzung Ihrer geleisteten Verkaufsgebühren über Ihr Amazon Seller Central einzusehen. Dies ist beispielsweise dann wichtig, wenn Sie zur Analyse Ihrer Geschäftsentwicklung die finale Marge der jeweiligen Produkte genau kalkulieren möchten. In die sogenannte [Gebührenaufstellung](#), die sich in Ihrem Abrechnungsbericht befindet, gelangen Sie in wenigen Schritten:

1. Loggen Sie sich in Ihrem Seller Central wie gewohnt ein.
2. Klicken Sie im Reiter "Berichte" des Hauptmenüs, welches sich am oberen Rand der Website befindet, auf "Zahlungen".
3. Wählen Sie in der sich öffnenden Übersichtsseite die "Transaktionsansicht".
4. Klicken Sie auf einen beliebigen Betrag in der "Gesamt"-Spalte.
5. Zu guter Letzt klicken Sie auf einen beliebigen Betrag in der Spalte "Amazon Gebühren".

Nun können Sie die jeweiligen Beträge und deren Zusammensetzung je Produkt und Transaktion bequem einsehen.

Der Amazon Gebührenrechner hilft entscheidend bei der Verkaufsvorbereitung

Wer seine Produkte gerne auf Amazon verkaufen möchte und im Zuge dessen seine Recherche betreibt, wird mit einer wahren Flut an unterschiedlichen Informationen überschüttet: Kategorienabhängige Provisionen, Abschlussgebühren, FBA-Fees - um nur einige wenige zu nennen. Da kann man speziell als Beginner schnell einmal den Überblick verlieren. Um dies zu vermeiden, oder einfach zur schnellen Orientierung während des Vorbereitungsprozesses, bietet Amazon mit dem [Gebührenrechner](#) ein kleines aber feines Tool, das im Handumdrehen Abhilfe schafft. Unter Berücksichtigung des Marktplatzes, auf dem Sie Ihre Artikel verkaufen möchten (bspw. Amazon.de oder Amazon.com), beispielhaften Versandgebühren sowie der zutreffenden Produktkategorie errechnet dieser für beliebige Verkaufspreise und -mengen denjenigen Betrag, der Ihrem Konto letztendlich gutgeschrieben würde.

Hinweis: Beachten Sie, dass die ausgewiesenen Beträge nur als Orientierung dienen. Eventuelle Zusatzkosten, beispielsweise für Werbekampagnen oder Services wie Amazon FBA, werden ebenso wenig berücksichtigt wie die monatliche Grundgebühr im Falle des Professional Seller Accounts.

Bei Nutzung von Amazon FBA: Gebührenvorschau und Versandgebührenrechner als nützliche Planungstools

Wie oben aufgezeigt, gestaltet der Zusatz-Service die Gebührenstruktur eine ganze Ecke komplexer. Denn neben den üblichen fixen und prozentualen **Verkaufsgebühren** finden bei Nutzung von **Amazon** FBA zusätzliche Variablen Einzug in die Kostengleichung. Lagerbestandsmanagement, Analyse und Vorausplanung werden zusätzlich dadurch erschwert, dass die Gebühren neben den Produkteigenschaften auch von Faktoren wie dem Lagerort abhängen.

Sofern Sie sich noch in der Planungsphase für den Verkauf auf Amazon befinden oder einfach nach neuen profitablen Produkten Ausschau halten, kann der [Versandgebührenrechner](#) von Amazon eine tolle Hilfestellung bieten. Auf Basis Ihrer Angaben hinsichtlich Größe, Gewicht und beabsichtigtem Versandprogramm berechnet dieser die resultierenden Versandkosten. Dadurch können Sie bei der Suche nach der für Sie optimalen Methode eine Menge Zeit sparen. Auf selbiger Seite bietet Amazon im Übrigen auch eine Vielzahl an Beispielen zur Höhe und Zusammensetzung der Lagergebühren.

Sofern Sie mit **Amazon** FBA bereits eigene Produkte verkaufen, möchten wir Ihnen zudem die [Gebührenvorschau](#) ans Herz legen. Auf Basis des von Ihnen festgelegten Verkaufspreises, der durch Amazon geschätzten Versandkosten und allen verfügbaren Produktdaten erhalten Sie dabei eine Vorschau der anfallenden **Gebühren** für Produkte in Ihrem Lagerbestand. Zudem erhalten Sie Einsicht in die genaue Zusammensetzung der Versandgebühren. Beachten Sie: Diese sind als Schätzung zu verstehen und beinhalten die Grundgebühren (exkl. USt.) für den Verkauf sowie den Versand durch Amazon. Kosten für optionale Zusatzservices wie die Lagerung des Lagerbestandes oder den Etikettierservice werden nicht berücksichtigt.

Bonus-Tipp: Mit magnalister binden Sie bekannte Online-Marktplätze wie Amazon und eBay direkt an Ihren eigenen Webshop an - und profitieren von gesteigerter Effizienz im Multi-Channel-Vertrieb Ihrer Produkte

Wie wir im Laufe des Artikel gelernt haben, ist der Verkauf auf Amazon zwar mit überschaubaren, aber durchaus vorhandenen laufenden Kosten verbunden, deren Höhe von einer Vielzahl verschiedener Faktoren abhängt. Um ein nachhaltig funktionierendes Geschäft aufzubauen, sollte daher von vornherein auf eine gewisse Kosteneffizienz geachtet werden. Eine Möglichkeit der Umsetzung bieten verschiedene Applikationen und Tools, die Prozesse automatisieren und damit neben Personalkosten auch die eigenen zeitlichen Ressourcen schonen.

Für Händler mit eigenem Webshop etwa stellt unser Listing-Tool magnalister die ideale und kostengünstige Möglichkeit zum Multichannel-Vertrieb über Amazon und Co. dar. Das Plugin bietet alles, was man für das effektive Management zwischen Webshop und Marktplatz braucht - und erleichtert Ihnen damit den Einstieg auf dem Amazon Marketplace beziehungsweise das fortlaufende Produkt- und Bestellmanagement enorm. Gleichzeitig kann der parallele Aufbau eines unabhängigen Webshops für bestehende **Amazon** Händler sinnvoll sein, um Synergieeffekte zu realisieren und **Verkaufsgebühren** zumindest in Teilen zu umgehen.

Mit magnalister profitieren Sie für einen effizienten Mehrkanal-Vertrieb von folgenden Features:

- **Zentraler Produkt-Upload:** Artikel zeitsparend und effizient auf alle angebotenen Marktplätze hochladen
- **Preisabgleich:** Preise vollautomatisiert oder individuell (pro Marktplatz) übermitteln
- **Lagerbestände** synchronisieren: Jederzeit aktuelle Lagerbestände zwischen Shop und Marktplätzen beibehalten und somit selbstverschuldete Stornierungen vermeiden
- **Automatischer Bestellimport:** Marktplatz-Bestellungen importieren und verwalten
- **Attributs-Matching:** Produkt-Varianten und -merkmale mit den Marktplatz-Attributen matchen*
- **Bestellstatusabgleich:** Bestellstatus (z.B. „versendet“ oder „storniert“) automatisch an Marktplätze übermitteln
- **Rechnungsupload:** Rechnungen aus dem Webshop automatisiert übermitteln
- **Schnittstellenindividualisierung:** Das Plugin per Hook-Points nach eigenen Wünschen anpassen**

* Nicht von allen Marktplätzen unterstützt

** Setzt Programmierkenntnisse voraus. Nicht für Cloud (SaaS) Systeme verfügbar, da herstellerseitig kein Eingriff erlaubt.

Das magnalister Plugin ist für viele der bekannten Webshops verfügbar und kann in vollem Funktionsumfang 30 Tage kostenfrei getestet werden.

[CTA-Button: JETZT STARTEN]

Fazit: Bei entsprechender Vorausplanung stellen die Verkaufsgebühren kein Hindernis für den erfolgreichen Verkauf auf Amazon dar

Amazon ermöglicht Online-Händlern den einfachen und reibungslosen Zugriff auf Millionen potenzieller Kunden aus aller Welt. Neben dieser globalen Präsenz und einer schier beispiellosen Logistikinfrastruktur profitieren Händler auf Wunsch von zahlreichen Zusatzservices wie dem hauseigenen Fulfillment-Dienst FBA. Das alles kommt natürlich zu einem gewissen Preis. Im Falle Amazons sind das die Verkaufsgebühren, die Sie als Händler in verschiedenen Formen leisten müssen.

Grundsätzlich gilt: **Sowohl die Produktfindung als auch die Wahl der geeigneten Versand- und Fulfillment-Methode sollte unter anderem mit Hinblick auf die jeweiligen Kostenkonstellationen geschehen.** Speziell bei Beginnern kann dabei schnell Verwirrung aufkommen, bestehen neben den unterschiedlichen Provisionen je Produktkategorie doch einige Ausnahmen und Sonderregelungen. Im Sinne dessen haben wir im Laufe dieses Artikels nicht nur die grundlegende Zusammensetzung der verschiedenen Kostenpositionen erläutert, sondern auch eine Übersicht aller eventuell anfallenden Gebühren für Sie aufgeführt.

Sofern Sie die in diesem Artikel gegebenen Hinweise und Informationen zu einer durchdachten Vorbereitung nutzen, behalten Sie von vornherein den Überblick und schaffen damit das Fundament für einen langfristig profitablen Verkauf. Hilfestellung leistet Amazon selbst zudem mit einer ganzen Reihe an nützlichen Features wie beispielsweise dem Gebührenerrechner.

Eine weitere Möglichkeit zur Effizienzsteigerung und Schaffung von Skalen- und Synergieeffekten kann der parallele Verkauf über den eigenen Webshop darstellen. In diesem Zusammenhang sei noch einmal auf unser Plugin magnalister verwiesen: Als Schnittstelle zwischen Ihrem Webshop und vielen bekannten Online-Marktplätzen inklusive Amazon unterstützt Sie unser Tool effektiv im Bereich des Artikel-Listings und Bestellmanagements, sodass Sie sich ganz auf das Verkaufen Ihrer Produkte den Ausbau Ihres E-Commerce-Geschäfts konzentrieren können.

[JETZT magnalister 30 TAGE LANG KOSTENLOS TESTEN]