

## Cooler Brillen – und warum es dabei nicht bleibt

Fulfillment by Amazon ist für Eye-Alpin ein wichtiger Baustein der Wachstumsstrategie, die auf Expansion über das Kerngeschäft hinaus zielt. Im Mittelpunkt des angestammten Geschäfts stehen hochwertige Sport- und Sonnenbrillen für alle Gelegenheiten im Sport- und Freizeitbereich. Im Styling mindestens so „cool“ wie die Objekte anderer bekannter Trendmarken, jedoch zu einem signifikant günstigeren Preis, damit punktet Eye-Alpin bei den Verbrauchern. Eye-Alpin ist nicht nur der Name der Handelsfirma von Matthias Rosemann, sondern auch eine in allen EU-Staaten eingetragene Marke, unter der eine eigene Brillenserie sowie weitere Produkte entwickelt und vermarktet werden.

### Der Wandel im Handel

Matthias Rosemann entstammt einer alten Kaufmannsfamilie mit langer Tradition im Filialeinzelhandel. Trotzdem geht es ihm leicht über die Lippen: „Wir sind heute ein lupenreiner Online-Händler, um unser besonders attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis halten zu können.“ Er hat die Zeichen der Zeit früh erkannt – und entsprechend die Weichen gestellt: 1998 Start im Online-Handel, zunächst auf privater Basis und ab dem Jahr 2000 gewerblich. 2001 Abschied vom stationären Handel, 2004 Eröffnung des eigenen Webshops [www.eye-alpin.de](http://www.eye-alpin.de), im September 2007 der Einstieg bei Amazon. Ein Schritt, der offenbar goldrichtig war.

„Im Jahr 2008 kamen wir bei Amazon auf 80 % des Umsatzes, den wir im gleichen Zeitraum über einen anderen großen Online-Kanal erzielten. In diesem Jahr hat unser Amazon-Umsatz bereits am 10. Juni das Vorjahresniveau erreicht“, freut sich der Inhaber von Eye-Alpin und liefert im gleichen Atemzug einige Gründe für diesen Erfolg: „Das ist auch auf Fulfillment by Amazon zurückzuführen, obwohl wir erst seit März 2009 dabei sind. Überhaupt steigt der Bekanntheitsgrad von Amazon bei den Endkunden laufend. Amazon wird immer attraktiver, da mehr und mehr Händler zu Amazon wechseln – als seriöse Anbieter auf einer seriösen Plattform. Das schätzt der Kunde.“ Was Matthias Rosemann da sagt, hat erhebliches Gewicht. Weil er über reichlich Online-Verkaufserfahrung verfügt und als Gründungsmitglied des Bundesverbandes Onlinehandel e. V. über alles Bescheid weiß, was gewerblichen Verkäufern unter den Nägeln brennt.

Wie passt Fulfillment by Amazon (FBA) in das Konzept des Handelsunternehmens, dem neben Matthias Rosemann, dessen Ehefrau – als Augenoptikermeisterin mit fachlicher Kompetenz alles rund um Brillen – und



Matthias Rosemann,  
Geschäftsführer

### Produkte

Sport-/Sonnenbrillen, Sport- und Freizeitartikel

### Meilensteile

**1998** – Start im Online-Handel

**2004** – Eigener Webshop

**2007** – Einstieg bei Amazon

**2009** – Start mit FBA

„Im Jahr 2008 kamen wir bei Amazon auf 80 % des Umsatzes, den wir im gleichen Zeitraum über einen anderen großen Online-Kanal erzielten. In diesem Jahr hat unser Amazon-Umsatz bereits im Juni das Vorjahresniveau erreicht. Das ist auch auf Fulfillment by Amazon zurückzuführen.“

Matthias Rosemann



**EYE-ALPIN** ...die wahrscheinlich coolsten Sonnenbrillen im Web



Matthias Rosemann, Inhaber und Geschäftsführer von EYE-ALPIN Direktimport, Groß- & Einzelhandel



*„Fulfillment ist mit Abstand das Beste, was Amazon auf dem Markt hat. Hier liegt eindeutig die Zukunft. Man kann sich als Unternehmer auf das Wesentliche konzentrieren.“*

Matthias Rosemann

ein Versandmitarbeiter angehören? Sehr gut, und zwar aus diversen Gründen. FBA gibt dem kleinen Team in puncto Lagerplatz und – mehr noch – Pack- sowie Versandaufwand den nötigen Spielraum. Für Sonderaktionen, aber auch für eine nachhaltige geschäftliche Expansion.

„Dank Fulfillment by Amazon steht uns praktisch eine unbegrenzte Lagerkapazität zur Verfügung und wir brauchen in der eigenen Firma keine ausufernden Lagerflächen“, sagt Matthias Rosemann. „Außerdem sparen wir viel Zeit und Personalaufwand dadurch, dass wir die Ware hier nicht für den Endkundenversand verpacken müssen.“ Dazu kommt, dass FBA ziemlich kostengünstig ist. „Wenn wir von hier aus verschicken, liegen wir pro Paket mit Karton, Füllmaterial usw. um etwa 90 Cent höher als beim Versand über Amazon“, gibt der erfahrene Online-Händler zu bedenken.

Regelrecht begeistert („sensationell“) ist Rosemann auch vom Kundenservice, den Amazon für seine FBA-Händler übernimmt. Eine außergewöhnliche Freundlichkeit und schnelle Bearbeitung kennzeichne diesen Service, so seine Erfahrung. Was im Übrigen auch für den technischen Händler-Support von Amazon gelte.

Apropos schnelle Bearbeitung: Wie lange dauert es, bis die Waren nach dem Eingang im Amazon-Versandzentrum für den Online-Verkauf bereitstehen? Dazu meint Matthias Rosemann lakonisch: „Schneller geht's nicht.“ Nur wenn Amazon besondere Volumen-Aktionen durchführt, kann es nach seiner Erfahrung aufgrund eines großen Händler-Andrangs einmal vorkommen, dass der Zeitrahmen von maximal 48 Stunden ausgeschöpft wird.

### Fulfillment by Amazon – weil viel mehr geht

Schon die relativ kurze Erfahrung mit dem Fulfillment hat eines bestätigt: Der Vermerk „Kostenlose Lieferung möglich“ bei den Produktangeboten und die mit FBA verbundene Aufnahme der betreffenden Produkte in das Programm Amazon Prime helfen den Absatz anzukurbeln. Matthias Rosemann erklärt es mit einem kleinen Beispiel: „Wir sind in Sportbandagen eingestiegen. Zuerst nahmen wir 240 Stück bei uns auf Lager und stellten sie bei Amazon.de ein. Wir haben sie rund vier Monate mit externem Versand bei uns laufen lassen und in dieser Zeit alle zwei, drei Tage eine Bandage verkauft. Dann haben wir unseren Bestand aufgestockt und alles ins Fulfillment gegeben. Das hat sich enorm entwickelt. Mittlerweile verkaufen wir locker sechs bis sieben Stück pro Tag.“

Die hoch flexible Infrastruktur, die Fulfillment by Amazon bereitstellt, hilft Eye-Alpin beim Ausbau der eigenen Geschäftsbasis. Für dieses Jahr hat sich das in Gundelfingen an der Donau angesiedelte Unternehmen eine massive Verbreiterung des Sortiments verordnet – u. a. mit Rucksäcken, Bademoden, Schwimmbrillen usw. „Fulfillment ist mit Abstand das Beste, was Amazon auf dem Markt hat. Hier liegt eindeutig die Zukunft. Man kann sich als Unternehmer auf das Wesentliche konzentrieren“, resümiert der Chef von Eye-Alpin. Und erwähnt noch, dass er nur auf den Tag wartet, an dem Amazon das Fulfillment auch für externe Verkäufe seiner Händler anbietet.