

Fulfillment schafft Freiräume – für neues Geschäft

„Seit das Internet massenhaft genutzt wird, ist der Verbraucher immer besser informiert. Durch offizielle Herstellerbeschreibungen, Käufermeinungen und Bewertungen weiß er über ein bestimmtes Produkt oft mehr als der Verkäufer. Der Kunde benötigt für seine Kaufentscheidung keine klassische Einzelhandelsberatung mehr. Für uns als Händler kommt es darauf an, bei der Produktauswahl und im Einkauf das richtige Händchen zu haben und Kundenbestellungen schnell und zuverlässig abzuwickeln. Gerade in dieser Hinsicht hilft uns Fulfillment by Amazon“, sagt Bruno Wirth. Er muss es wissen. Der Inhaber und Geschäftsführer der Radio Wolf GmbH, der das Geschäft gemeinsam mit seiner Ehefrau betreibt, ist einer der Pioniere des Internethandels mit Produkten in den Bereichen HiFi, TV, Video und Foto.

1999 war das Jahr des Umbruchs. Radio Wolf engagierte sich erstmals im webbasierten Verkauf – damals als Startmitglied bei dem Online-Auktionshaus Alando. Ein Jahr später folgte ein konsequenter Schritt. Das letzte von zeitweise fünf Filialgeschäften wurde geschlossen und Radio Wolf konzentrierte sich auf den Online-Handel. Nahezu vollständig. Am Sitz des Unternehmens in Jahnsdorf bei Chemnitz besteht nach wie vor ein Ladengeschäft mit regulären Öffnungszeiten. Allerdings bezeichnet Bruno Wirth den Standort als Warenumschlagplatz für das Internet mit lokaler Verkaufsfunktion.



Bruno Wirth, Inhaber und Geschäftsführer der Radio Wolf GmbH

Auf Amazon.de verkauft Radio Wolf seit 2005. Als zusätzliche Verkaufskanäle nutzt das Unternehmen seinen eigenen Webshop www.Radio-Wolf.de sowie – mit stark rückläufiger Tendenz – eine andere Online-Plattform. Heute bildet der Handel auf Amazon das wachstumsstarke Rückgrat des Geschäfts. Das über Amazon.de generierte Umsatzvolumen übertrifft die Verkäufe im eigenen Webshop mittlerweile um den Faktor 10. Bruno Wirth führt die steile Aufwärtsentwicklung bei Amazon u. a. auf den kontinuierlich steigenden Bekanntheitsgrad, aber auch auf den seriösen Ruf zurück, den die Verkaufsplattform bei den Verbrauchern genießt.

Durch FBA verlorene Zeit zurückgewonnen

Für Bruno Wirth war die im Februar 2009 getroffene Entscheidung zum Einstieg ins Fulfillment by Amazon (FBA) sehr schlüssig und wohl begründet. Ist es die praktisch unbegrenzte Kapazität und Flexibilität, die das Fulfillment dem kleinen Team hinsichtlich Lagervolumen, Versandbearbeitung und gesamter Logistik bietet? Die Entlastung durch die Übernahme von Kundenservice und Bearbeitung von Warenrücksendungen der Käufer? Es ist all dies, zusammen mit einem ganz zentralen Aspekt, wie der Inhaber von Radio Wolf ausführt: „Ein Internet-Händler hat im Grunde nur ein Problem: fehlende Zeit, weil das Geschäft heutzutage rund um die Uhr läuft. Durch die Nutzung von FBA bekomme ich mehr



Bruno Wirth,
Geschäftsführer

Produkte

HiFi, TV, Video und Foto

Meilensteile

1999 – Verkauf im Internet über Online-Auktionshaus

2005 – Einstieg bei Amazon

2009 – Start mit FBA

„Obwohl wir hoch automatisiert arbeiten, war bei knapp 300 Paketen pro Tag die Kapazitätsgrenze erreicht. Heute hat Amazon schon für mich gepackt, bevor ich überhaupt aufstehe. Für Verkäufer, die bei der Versandvorbereitung noch viel manuell machen, dürfte FBA schon bei erheblich geringeren Volumen hochinteressant sein.“

Bruno Wirth



„Wenn der Kunde sieht, dass Radio Wolf über Amazon versendet, dann bestellt er lieber, weil er der Logistik von Amazon vertraut. Das ist ein klarer Wettbewerbsvorteil.“

Bruno Wirth

freie Zeit, die ich besser nutzen kann. Für strategischen Einkauf, neue Lieferantenkontakte, Sondierung der Verkaufsmöglichkeiten in anderen Ländern usw.“

Zur Verdeutlichung fügt er hinzu: „Während des Weihnachtsgeschäfts 2008 waren wir noch nicht im Fulfillment. Obwohl wir hoch automatisiert arbeiten, war bei knapp 300 Paketen pro Tag die Kapazitätsgrenze erreicht. Heute hat Amazon schon für mich gepackt, bevor ich überhaupt aufstehe. Für Verkäufer, die bei der Versandvorbereitung noch viel manuell machen, dürfte FBA schon bei erheblich geringeren Volumen hochinteressant sein.“

Der Nutzen des Fulfillments hat viele Facetten

Zu alledem kommen handfeste Faktoren, die für Radio Wolf den Wert von Fulfillment by Amazon ausmachen. Beispielsweise die im Vergleich sehr niedrigen Versandkosten pro Kundenpaket, die Amazon seinen FBA-Verkäufern in Rechnung stellt. „Die Gebührenstruktur ist dermaßen günstig, dass ich es zuerst nicht glauben konnte. Ein Telefonat mit dem Support hat es dann bestätigt. Das kommt uns natürlich sehr entgegen“, sagt Bruno Wirth. Nach seiner Auffassung macht die Teilnahme am FBA-Programm den Händler für Amazon zu einem bedeutenderen Partner. Zu einem Partner, der in diesem Status von verschiedenen Faktoren profitiert, die den Verkauf quasi automatisch auf Trab bringen. So etwa der Hinweis auf die garantiert schnelle Belieferung der Endkunden. Oder das kurze „kostenloser Versand möglich“ – drei Zauberworte, die unmittelbar die Bestellneigung der Kunden anregen. „Wenn der Kunde sieht, dass Radio Wolf über Amazon versendet, dann bestellt er lieber, weil er der Logistik von Amazon vertraut. Das ist ein klarer Wettbewerbsvorteil“, berichtet Wirth aus Erfahrung.

„Ich denke, die erfolgreichen Händler von anderen Plattformen sollten eigentlich von Amazon das Fulfillment machen lassen. Genauso müssten wir mit den Artikeln verfahren, die wir über unseren eigenen Webshop verkaufen. Das würde uns auch die entsprechende Lagerhaltung in unserem Betrieb sparen“, lautet das erwartungsvolle Fazit des erfahrenen Online-Verkäufers.

