

## Amazon stößt bei Einzelhändlern auf Kritik

Amazon macht sich zunehmend unbeliebt beim Einzelhandel. Verkäufer werfen dem US-Konzern tyrannisches Verhalten vor, und manche argwöhnen, das Unternehmen nutze die Verkaufsdaten, um seine Händler auszubooten.



Heribert Trunk: „Amazon hat nicht die Interessen seiner Händler im Blick, sondern benutzt sie.“ Foto: BI-LOG

Wie das Portal Onlinehändler-News.de berichtet, wollten sich Verkäufer, die ihre Produkte bislang über Amazon angeboten haben, im Interview nur anonym über die Praktiken von Amazon äußern, aus Angst vor negativen Konsequenzen. Demnach erlege der US-Konzern seinen Verkäufern so strikte Regelungen auf, dass sie ständig mit einer Sperre ihres Accounts rechnen müssten. Erschwerend hinzu kämen hohe Gebühren und eine Kommunikation, die diesen Namen nicht verdiene, so der Tenor vieler Verkäufer. Unter kleinen Unternehmen sei Amazon inzwischen als „Tyrann“ bekannt, wird ein Händler zitiert. Und ein anderer Unternehmer bezeichnet den US-Konzern sogar als „Halsabschneider“, der „jeden jagt, der etwas Schlechtes sagt“.

Nach einigen namhaften Playern wie Birkenstock, Adidas oder Asics sagten sich inzwischen immer mehr kleinere Verkäufer von Amazon los, heißt es weiter. Eine Studie von Feedvisor, dem Entwickler von Preisanpassungssoftware, zeigt, dass sich von 1.200 befragten Händlern bereits mehr als jeder dritte nach anderen Verkaufsplattformen umsieht.

Doch es sind nicht nur die hohen Gebühren und das rüde Verhalten, die den Händlern sauer aufstoßen, sondern auch die zusätzliche Konkurrenz durch den US-Konzern selber. So argwöhnt mancher Marktplatz-Partner, Amazon rastere die Verkaufsdaten, „um anschließend selbst in der Nische zu wildern“. Oder, wie die Wirtschaftswoche schreibt: „Läuft ein Produkt gut, bietet es Amazon selbst an – natürlich günstiger als der kleine Händler.“

Für Heribert Trunk, Logistik-Experte und E-Commerce-Kenner, kommt diese Entwicklung nicht überraschend. „Wer genau hingesehen hat, konnte schon vor Jahren feststellen, dass Amazon nicht die Interessen seiner Händler im Blick hat, sondern sie schlicht benutzt, um die eigene Marktmacht auszubauen.“

Heribert Trunk ist einer der Inhaber des Hybrid-Logistikers BI-LOG. Das BI-LOG Warenhotel bietet eigenen Angaben zufolge alle Dienstleistungs-Komponenten rund um moderne Logistik. Dazu gehören viele ursprünglich „Logistik fremde“ Aufgaben, die früher von den Unternehmen selbst übernommen wurden. Mit seinen Omnichannel Services realisiert das Unternehmen, was den Handel der Zukunft prägen wird: IT-getriebene „Logistik“-Services, ohne Medienbrüche und über alle Kanäle hinweg.

12.09.2018