

# Vom Datenchaos zum Umsatzboost: Warum smarte Schnittstellen auf Marktplätzen unverzichtbar sind



# Backstory zu mir

- 2018** Consultant im Amazon FBA Start Up
- 2020** Team Lead Marketplaces bei einer Google Premium Agency
- 2022** Bachelor & Wissenschaftliche Forschung in Amazon SEO
- 2023** Gründung eigene Agency, > 50 DC2 Brands geholfen
- 2024** Master of Arts Innovation Management



# Warum solltet ihr mir überhaupt zuhören?

❖ PURGRÜN

  
AlpenKalk®

DAVINCI  
ITALIA-MODA 

*Aidee*

*Jettop*  
PRODUCTS

pack &  
smooch

Paulson & Svenson

*S* | SUZAN  
GOLD

 ecofave

REORDA®  
silberne regeneration

  
sailfish

 Lashuma®

demirdental®

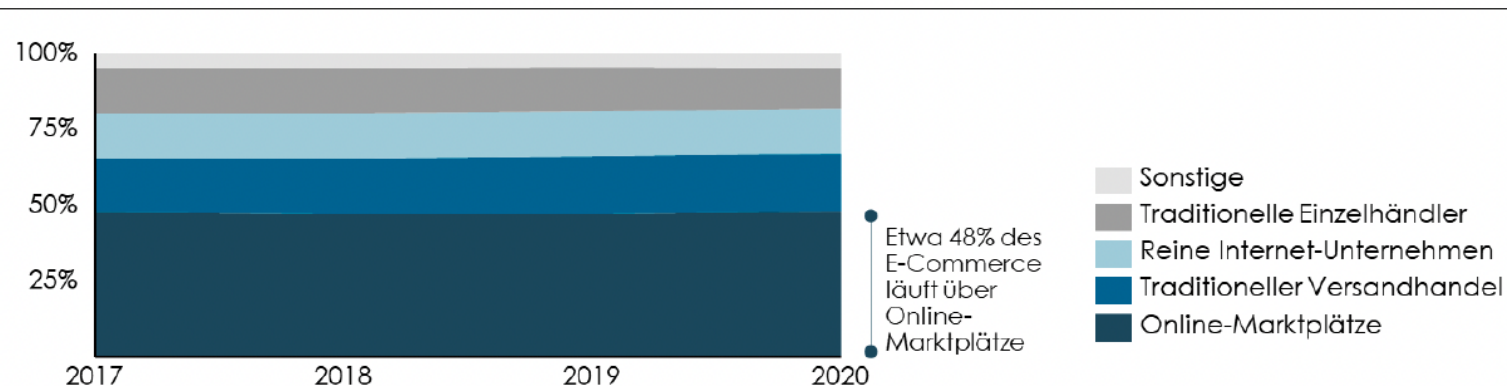
  
MEISTERWERK

STOP  
THE WATER  
WHILE  
USING ME!

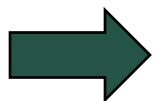
... Und viele weitere DC2 Brands!

# Relevanz des Themas

Anteil an Online-Umsätzen

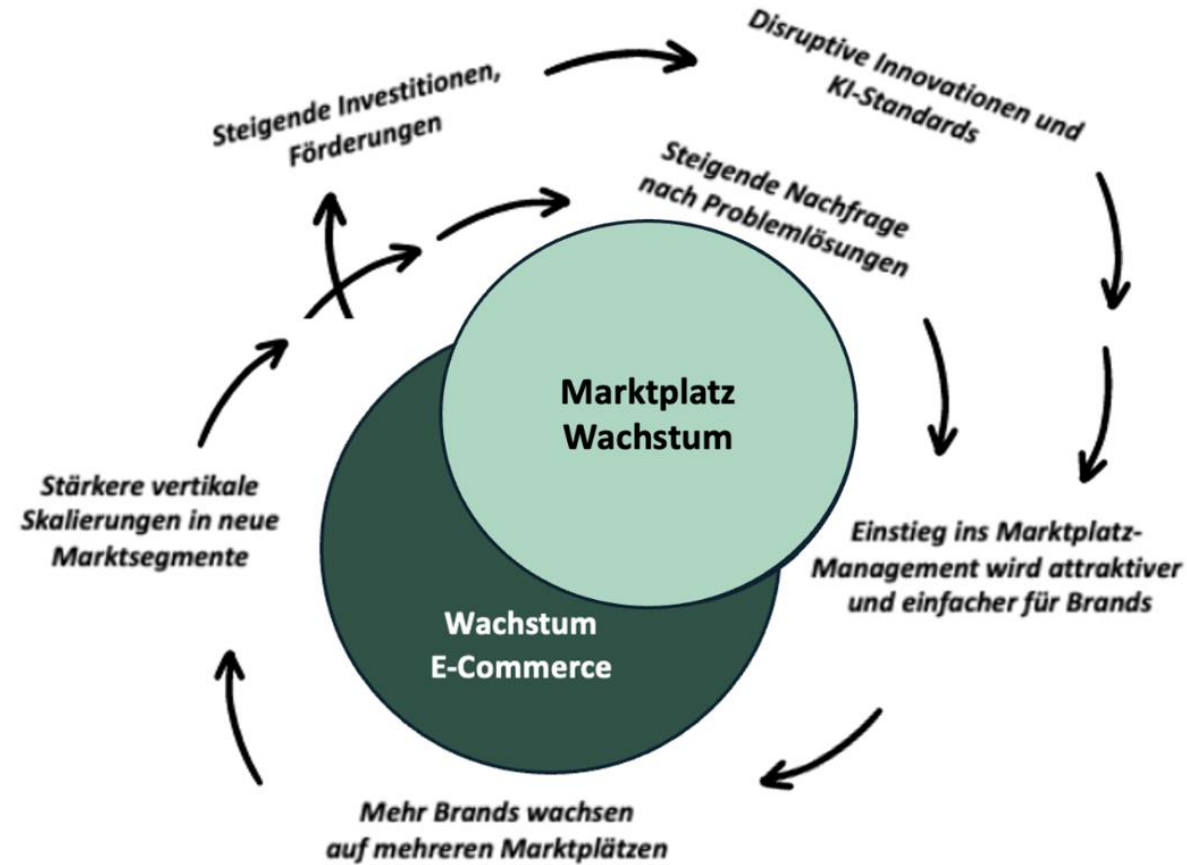


*Jeder zweite Euro im E-Commerce in Deutschland  
wird auf Marktplätzen umgesetzt*



Der Marktanteil der Marktplätze ist laut aktuellen Zahlen auf etwa 54–55 % gestiegen, nachdem er 2023 erstmals die 50 %-Marke überschritten hatte (Quelle: Handelsverband Deutschland 2024, IFH Köln)

# Einfluss Marktplätze im E-Commerce bei D2C Brands



# Amazon Algorithmus



- ⚡ Jede Suchmaschine nutzt einen eigenen Algorithmus zur Produktempfehlung
- ⚡ Ziel des Algorithmus: passende Produkte für konkrete Suchanfragen finden
- ⚡ Amazon möchte seinen Kunden immer **die am besten zu ihm passenden Suchergebnisse anzeigen**



## Was sind Relevanzfaktoren im Amazon-Ranking?

Relevanzfaktoren bestimmen, **wie gut ein Produkt zur Suchanfrage des Kunden passt** – und sind damit entscheidend für die Platzierung im organischen Ranking.

- Die Grundlage dafür bilden vor allem **hinterlegte Keywords**. Diese beeinflussen, ob und wie ein Produkt bei einer Suche überhaupt ausgespielt wird.
-  **Die zentrale Herausforderung:**  
Nicht nur die Auswahl der richtigen Keywords – sondern auch **die strategische Platzierung** in Titel, Bulletpoints, Backend-Feldern & Co.

 **Wie Amazon Relevanz versteht – und warum Wortreihenfolge zählt**

Amazon bewertet nicht nur, **welche Keywords** in Titel oder Bulletpoints vorkommen – sondern auch, **wie exakt die Reihenfolge** zur Suchanfrage passt.

Beispiel:

 „Hochwertiges Sägeblatt aus Premium Stahl“  
wird **höher gewertet** als

 „Premium Stahl Sägeblatt hochwertig“

 **Je näher die Keyword-Kombination an der Original-Suchanfrage, desto höher die Relevanz.**



Um dieser Kombinatorik entgegenzuwirken, nimmt die Relevanz für Produkttitel und Aufzählungszeichen zu, **je kürzer sie ausfallen.**

## ⚙️ Performance-Faktoren: Wie Amazon Verkäuferleistung misst

Neben der inhaltlichen Relevanz bewertet Amazon auch, **wie gut ein Produkt tatsächlich performt** – also, wie wahrscheinlich es gekauft wird.

## 🔑 Was Händler aktiv beeinflussen können:

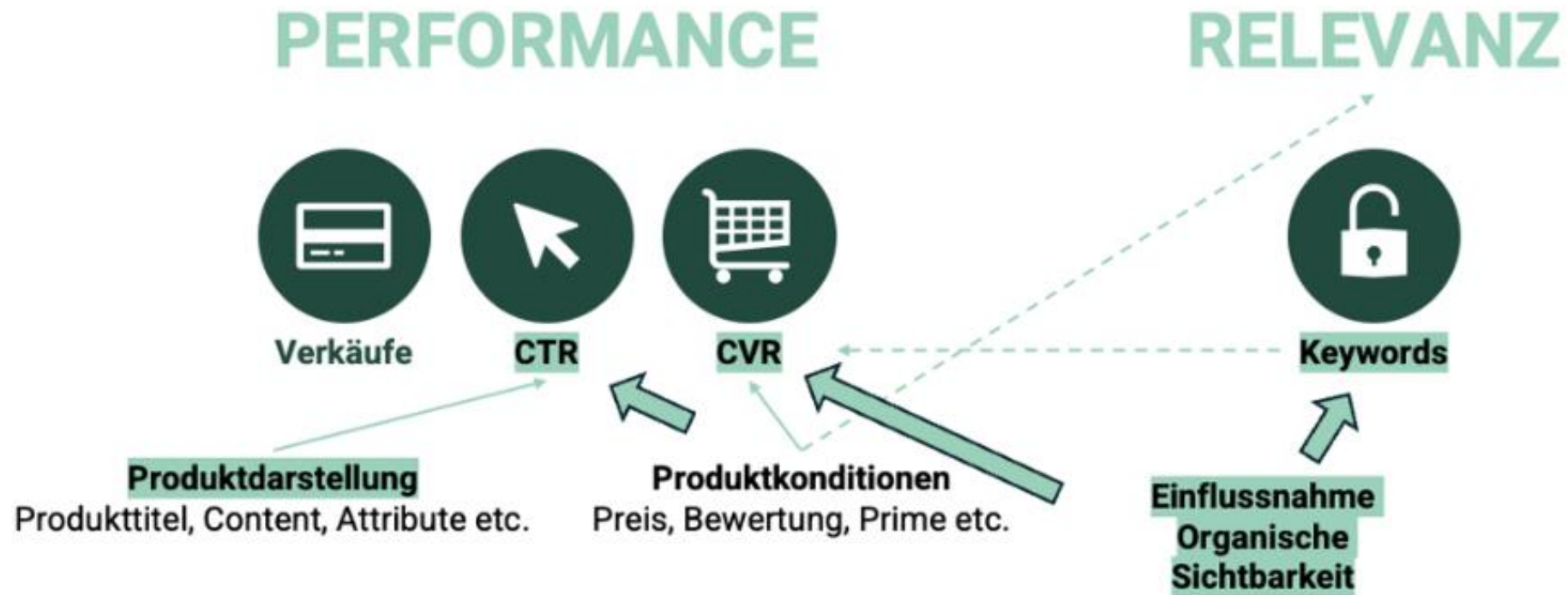
- Klare & überzeugende **Produktdarstellung** (Titel, Bilder, Bulletpoints)
- Attraktive **Produktkonditionen** (z. B. Preis, Versand, Verfügbarkeit)
- **Conversion-Content** wie **Produktvideos**, A+ Inhalte oder FAQ-Sektionen

👉 **Content ist der Performance-Hebel** – nicht nur informativ, sondern verkaufpsychologisch optimiert.

*Preis  
Lieferzeit  
Verkäufer Performance  
Rezensionen bzw. Produktbewertungen  
Verkaufsrang  
Versandkosten*

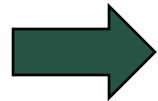
*FBA  
Klickrate (CTR)  
Conversion Rate  
Verweildauer  
Verkäuferbewertung  
Retourenquote*

# Korrelation von Performance & Relevanz Faktoren



## Der ROI des Nicht-Automatisierens

**„Manuelles Chaos kostet  
Geld – jeden Tag.“**



Zeitverlust + Fehler + fehlende Skalierung = verlorener Umsatz  
Rechenbeispiel: 10 Marktplätze × 100 Produkte × 15 Min Pflege



**250h/Monat = 1,5 FTE**

## Der ROI des Nicht-Automatisierens

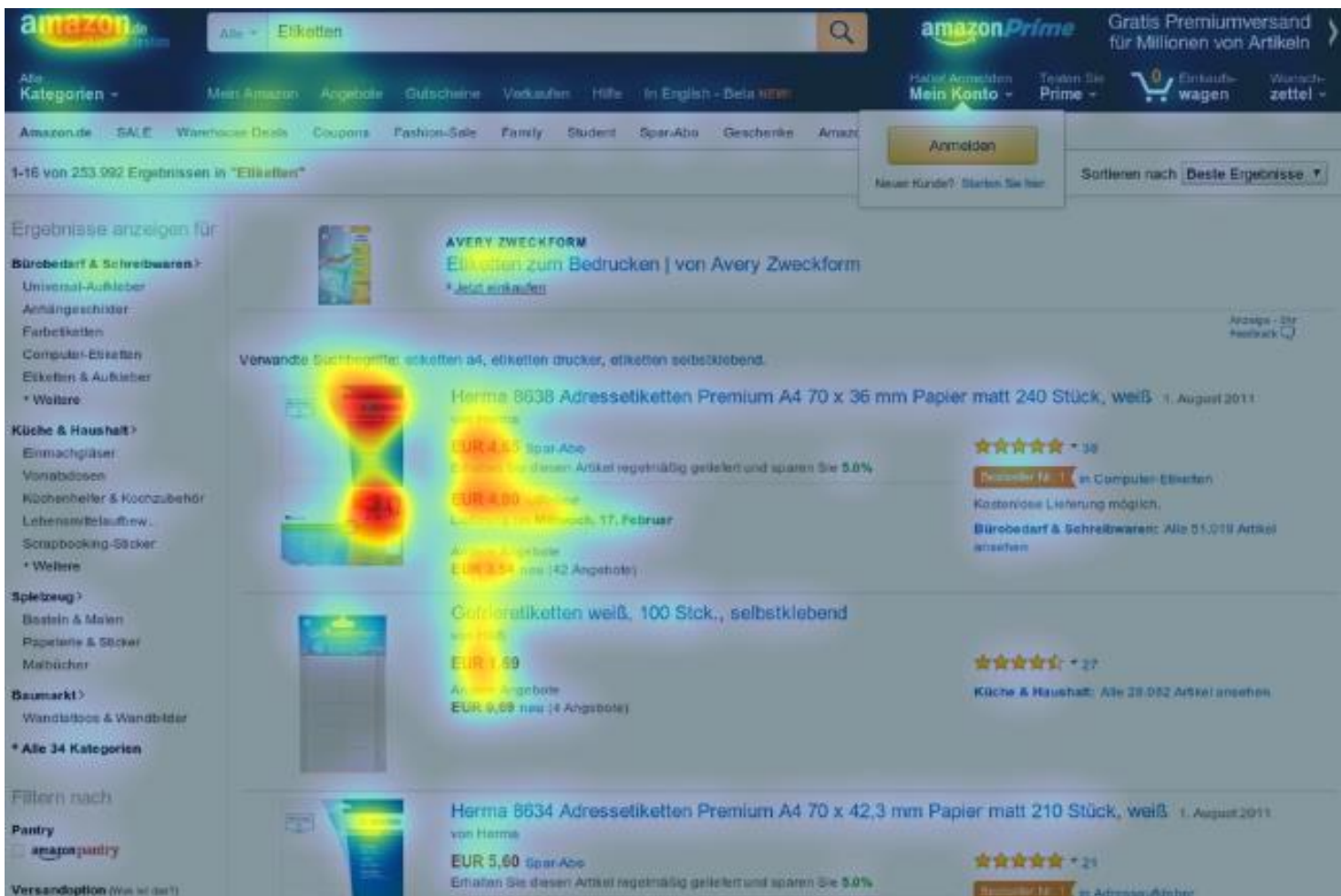


**Marktplatzwert** = 
$$\frac{\text{Neukundenakquise} \times \text{CLV}}{\text{Risiko}}$$

New to Brand Customers



**Ads Scaling funktioniert nur, wenn die Fundamente stimmen!**



 **Sichtbarkeit auf Seite 1 ist entscheidend – besonders bei Low-Investment-Produkten**

Nur Produkte, die auf den **Top-Positionen der ersten Suchergebnisseite** erscheinen, haben eine realistische Chance auf **relevanten organischen Umsatz**.

 Alles, was auf Seite 2 oder tiefer steht, verliert massiv an Sichtbarkeit – und damit an Verkäufen.

 Besonders bei **günstigen Produkten** (Low-Investment) zählt jede Platzierung, da hier Kaufentscheidungen **schnell und impulsiv** getroffen werden.

## **Keyword-Relevanz ist positionsabhängig – Content vor PPC!**

Amazon indexiert Keywords je nach Platzierung auf der Produktdetailseite unterschiedlich stark. Wer im Ranking steigen will, muss **zuerst die richtigen Felder mit den richtigen Keywords** befüllen.

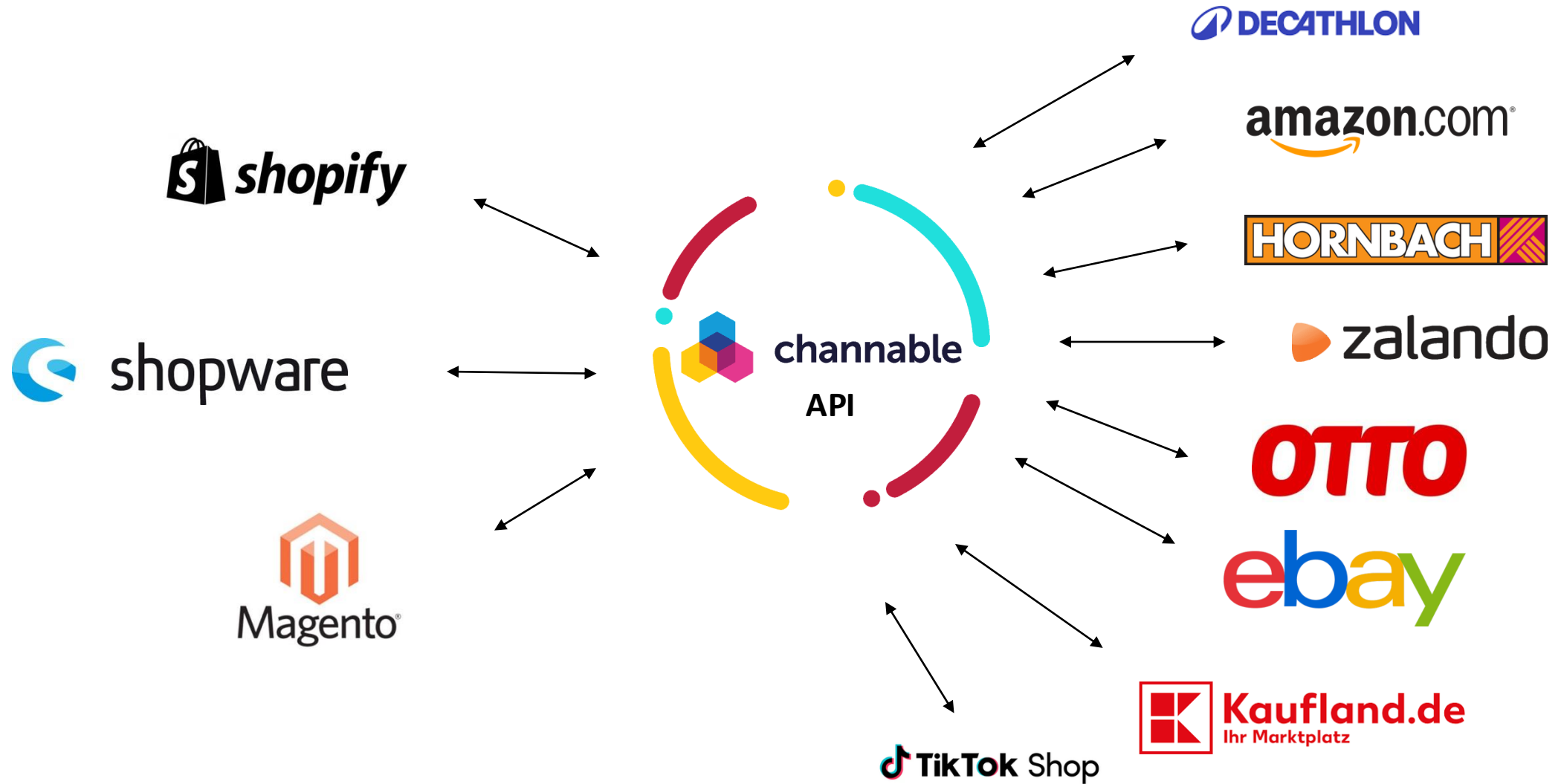
## **Keyword-Relevanz bei Amazon A9 – in absteigender Priorität:**

1. Produkttitel
2. Backend Keywords
3. Attribute (z. B. Farbe, Material, Größe)
4. Weitere Produktinformationen / Spezifikationen
5. Produktbeschreibung / A+ Content

## **Best Practice:**

- Erst Content & SEO auf der PD-Seite optimieren -> Fundament schaffen
- So lässt sich **organischer Traffic maximieren** und der **TACoS nachhaltig senken**

## API-Integration via Channable



# API-Integration via Channable

|              |                                                                                                                                                    |                                                                                                                 |
|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| amazon<br>V2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon   Child API (Migrated)</li> <li>Amazon DE - Varianten API</li> <li>Amazon API 2025 - New</li> </ul>  | <div>Einstellungen Kategorien Regeln Aufbau Qualität Vorschau Resultat</div> <div>Aktualisieren Beendet ↺</div> |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon   Parent API (Migrated)</li> <li>Amazon DE - Varianten API</li> <li>Amazon API 2025 - New</li> </ul> | <div>Einstellungen Kategorien Regeln Aufbau Qualität Vorschau Resultat</div> <div>Aktualisieren Beendet ↺</div> |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon   Single API (Migrated)</li> <li>AMZ DE - Single API</li> <li>Amazon API 2025 - New</li> </ul>       | <div>Einstellungen Kategorien Regeln Aufbau Qualität Vorschau Resultat</div> <div>Aktualisieren Beendet ↺</div> |

100%

Kategorisierte Artikel

0 automatisch kategorisiert 688 manuell kategorisiert 0 ausgeschlossen 0 nicht kategorisiert

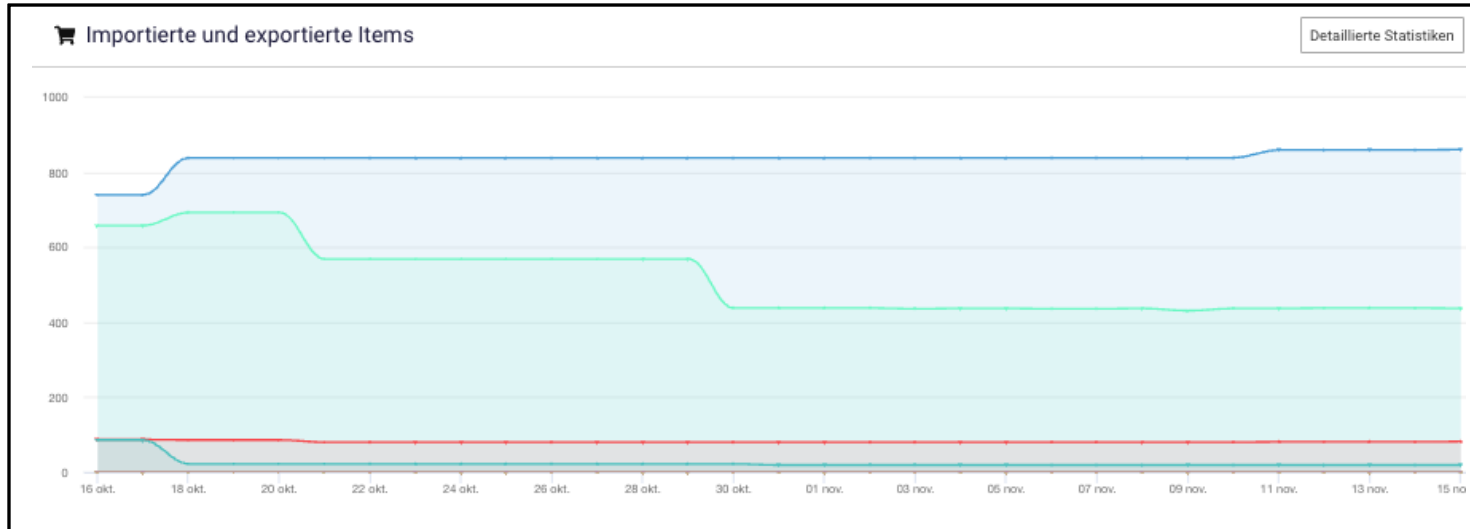
Kategorisierung via Tags

Einstellungen Kategorien Regeln Aufbau Attribute Resultat

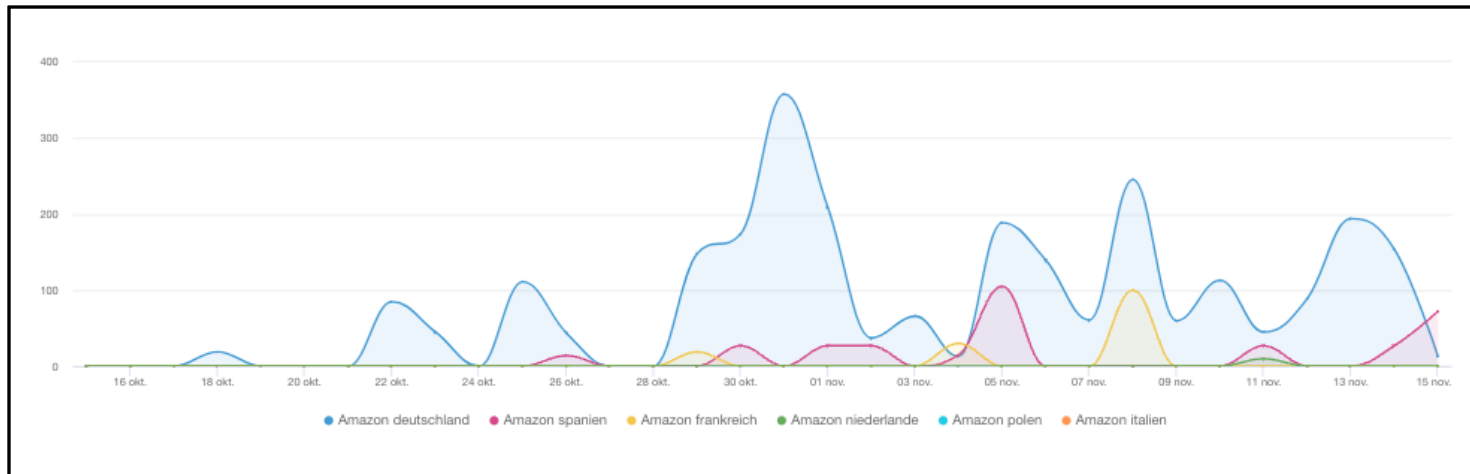
Anpassung der Attribute, um die unterschiedlichen Anforderungen der Marktplätze zu bedienen

Benutzerdefinierte Regeln, um die Produktdaten für die entsprechenden Marktplätze vorzubereiten

# API-Integration via Channable



↔ **Direkte Meldung** bei Problemen mit Produktdatenspezifikationen



↔ **Zentrale Steuerung** in der Middleware aller Marktplätze in Europa: **Mehr Datengrundlagen** zum optimieren

## ✅ Was smarte Schnittstellen ermöglichen:



-  **Zentrale Steuerung** aller Bestellungen & Feeds über eine Middleware
-  **Echtzeit Aktualisierung der Bestände** zwischen Backend und Marktplatz
-  **Einfache Pflege** großer Produktportfolios (**gerade UN mit einer großen Produktvielfalt profitieren davon**)
-  Schnittstelle kann für **weitere Marketingwecke** genutzt werden, wie z.B. Google Shopping / Google Ads
-  **Wirtschaftlich Vorteilhaft**, da der Einsatz des Tools die Kosten für eine dauerhafte manuelle Steuerung unterschreitet
-  Mehr Touchpoints in der Customer Journey für deinen Neukunden

-  **Initiale Komplexität** beim Setup & Integrationen
-  **Abhängigkeit** von Drittanbietern & Kompatibilitäten
-  **System-Limitierungen** (CMS/API nicht überall verfügbar)
-  **Strategischer Umgang** mit Kannibalisierung zwischen Channels

## Success Stories



**+250 % Umsatzwachstum** durch zentralisierte Feed-Steuerung & bessere Datenqualität auf Amazon

**+85 % Neukundenzuwachs**, ermöglicht durch optimierte Listings & erhöhte Sichtbarkeit

**10× schnellere Produktdatenpflege** durch Automatisierung via API & GPT-gestützte SEO

**Fehlerquote signifikant gesenkt**, dank regelbasierter Ausspielung & Echtzeit-Synchronisierung

## Success Stories

❖ PURGRÜN

**Mehr Wachstum  
auf dem Feld –  
und im Listing.**



**+340 % Umsatzwachstum** durch KI-gestützte SEO-Optimierung auf über 300 Produkten

**20 – 30 % Conversion-Rate-Steigerung** durch zielgruppenspezifische Content-Anpassung

**5+ Marktplätze angebunden** (Amazon, OTTO, Kaufland, eBay, Hornbach) via zentraler Schnittstelle

**RISEN-Framework + API-Setup** = perfekte Kombination aus strategischer Content-Steuerung und technischer Skalierung

**Offene Fragen?**

**Vielen Dank für Eure  
Aufmerksamkeit!**

