Amazon: Logistik-Dienstleistungen jetzt auch für externe Händler

Neben Webhosting, Zahlungsabwicklung, Vermarktung und Shopsoftware bietet Amazon auch Logistik-Dienstleistungen für Online-Händler an. Bislang nur für die Partnershops im eigenen Haus. Jetzt sind Teile des Dienstleistungsangebots auch auf dem offenen Markt zu haben.

Jeder Händler kann jetzt Amazons Logistik nutzen.

Anfang des Jahres 2008 hat Amazon seine Logistik- und Fulfillment-Infrastruktur unter der Marke Fulfillment by Amazon (FbA) auch in Deutschland Online-Händlern der eigenen Shopping-Plattform zur Verfügung gestellt. FbA und der WebStore sind Teil von Amazons Full-Service-Strategie, die gesamte Wertschöpfungskette des Online-Handels zu bedienen.

Jetzt kann jeder Shopbetreiber den Logistik-Service von Amazon nutzen. Wie Gerd Meyer-Taborsky, als Senior Program Manager of Fulfillment europaweit für FBA zuständig, erklärte,

> *„können Händler ihre Ware an das Amazon-Versandzentrum liefern lassen und dort auf die selbe Art und Weise wie Amazon lagern und versenden".*

Konkret heißt das: kostenfreier Versand ab 20 Euro, die Artikel sind im Warenkorb mit anderen Amazon-Produkten kombinierbar und die Händler erhalten Zugang zu Versandservices wie Overnight-Express und Amazon Prime.

Nach Informationen des Branchendienstes Computer Reseller News können Shopbetreiber mit folgendem Preismodell rechnen

> *Wie schon bisher setzt sich das Pricing bei FBA aus den monatlichen Lagerkosten pro Kubikmeter, einer Festgebühr für die Auftragsbearbeitung und das Pick & Pack sowie gestaffelten Preisen je nach dem Gesamtgewicht der Lieferung zusammen.*

Kostenloses Branding und Prozesskostenoptimierung

Hinter Amazons Dienstleistungs-Offerte stecken natürlich handfestes Eigeninteressen. Die Ware seiner Logistik-Kunden versendet der Branchenriese in den eigenen Standardkartonagen, die mit dem Amazon-Brand bedruckt sind. Dadurch vergrößert Amazon seine Markenreichweite, ohne großen eigenen Marketing- und Kostenaufwand. Wie Meyer-Taborsky berichtet, habe Amazon das Volumen der über den Logistikservice verschickten Sendungen im Jahresvergleich verdreifachen können.

Zudem schafft es Amazon durch den Logistikservice die Auslastung in seinen Versandzentren zu optimieren. Eine Strategie, die auch viele klassische Versender mittlerweile fahren. Denn leere Lagerflächen, stillstehende Fördertechnik und nicht optimal ausgelastete Logistikfachkräfte drehen die Kostenschraube nach oben.