Sieben-Tage-Woche für Amazon-Händler?

So sieht es allem Anschein nach aus. Zurzeit sorgt Amazons neuerlicher Vorstoß zur Optimierung seiner Servicequalität in vielen Fachblogs und Foren für Verwunderung und Empörung. Amazon fordere von seinen Marketplace-Händlern, dass 90 Prozent der Anfragen innerhalb von 24 Stunden bearbeitet werden müssten.

Das scheint nicht jeder leisten zu können.

Höchste Servicequalität. Das kann, nein, muss der Branchenprimus des Online-Handels verlangen. Egal ob er dabei auf sein eigenes Geschäft schaut oder das seiner Marktplatz-Händler. Allerdings scheint Amazon von manchen Händlern ein wenig zu viel abzuverlangen.

So werden für Händler auf Amazon Marketplace interne Auswertungen vorgenommen, wie schnell auf Kundenanfragen reagiert wird. Die Vorgabe ist sportlich: Innerhalb von 24 Stunden müssten 90 Prozent der Anfragen beantwortet werden. Marketplace-Teilnehmer, die diese Vorgaben nicht erfüllen könnten, müssten mit Einschränkungen ihres Accounts rechnen.

Dieses Vorgehen diffundiert zurzeit langsam in die sozialen Medien und hinterlässt Kopfschütteln bei Bloggern und Shopbetreibern.

So ist beispielsweise bei den stets gut informierten Kollegen von shopanbieter.de zu lesen:

> *Viele Händler arbeiten ja sowieso schon mindestens an sechs Tagen in der Woche, was aber tun wenn die Kundenanfrage Samstags ab sagen wir mal 17 Uhr gestellt wird? – bleibt wohl nur auch Sonntags zu arbeiten. […] Ein Autoresponder mit Hinweis auf die Geschäftszeiten ist bei Amazon nicht erlaubt bzw. wird unterbunden. […] Es scheint fast, als wäre hier mal wieder ein Zahlenschubser ohne Praxiserfahrung am Werk gewesen.*

Das Blog onlinemarktplatz.de weißt zudem auf eine Schwachstelle im Händler-Bereich des Marketplace hin:

> *Ein anderes Problem besteht darin, dass nicht jede Nachricht eine Antwort verlangt. Wenn der Käufer „vielen Dank für die Information erwidert", muss man trotzdem die Nachricht mit „braucht keine Antwort" kennzeichnen, tut man dies nicht, wird man von Amazon als schlecht bewertet. Schafft man es nicht rechtzeitig auf Anfragen zu antworten, kann dies Beschränkungen des Accounts zur Folge haben.*

Neben dieser Schwachstelle im Rückmelde-Prozess scheinen aber auch technische Mängel die Qualitätsanforderungen zu torpedieren. Im sellerforum.de berichten Händler:

> *ich denke das Problem bzgl. der Zuverlässigkeit des Nachrichtensystems vom Amazon ist hier bekannt. Entweder gehen Kundenmails oder auch Antworten vom Händler nicht durch. In unserem Rating bei Amazon was die Kommunikation mit Kunden betrifft, stehen wir meistens recht schlecht da… angeblich wurden Mails nicht von uns beantwortet, obwohl dies geschehen ist… es wurde nur im System von Amazon nicht richtig durchgeschleift.*

Erneuter Eingriff in die Händler-Autonomie

Vor fast zwei Jahren führte Amazon die Preisparität auf seinen Marktplätzen ein und nahm damit Einfluss auf die Preisgestaltung seiner Händler. Was ist mit Preisparität gemeint? Das erklärt Amazon auf einer Info-Seite für Händler:

Preisparität heißt allgemein, dass Ihr Angebot für jeden einzelnen Artikel, den Sie auf Amazon.de anbieten, mindestens so günstig ist wie das günstigste aller Angebote, zu dem Sie diesen Artikel über Ihre anderen nicht ladengeschäftgebundenen Vertriebskanäle anbieten. Konkret bedeutet das, dass sowohl der Gesamtpreis als auch der entsprechende Artikelpreis jedes Artikels, den Sie auf Amazon.de anbieten, gleich niedrig oder niedriger sein muss als der niedrigste Gesamtpreis und entsprechende Artikelpreis, zu dem Sie den Artikel über Ihre anderen nicht ladengeschäftgebundenen Vertriebskanäle anbieten.