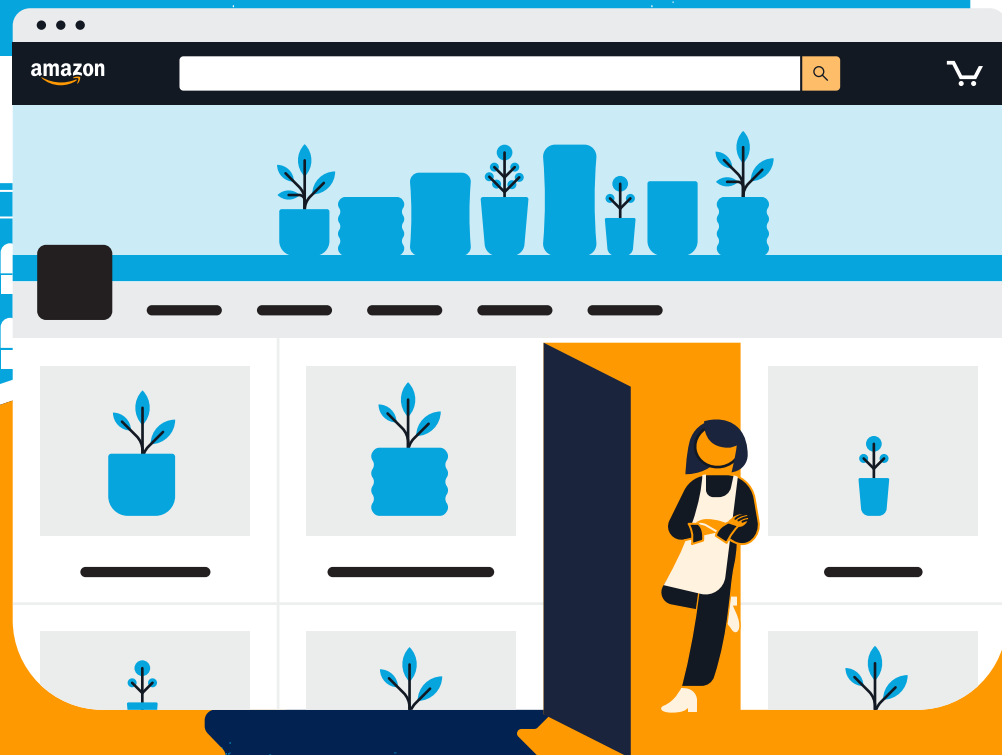




Unternehmer:innen der Zukunft - KMU Report Österreich

2022



Unternehmer:innen der Zukunft – KMU Report Österreich*

2022

Arbeitsplätze, die durch bei Amazon
verkaufende KMUs in Österreich geschaffen wurden

10.000

Von KMUs bei Amazon
verkaufte Produkte

20 Millionen

Exportumsätze von KMUs,
die bei Amazon verkaufen

€500 Millionen

Durchschnittliches Umsatzwachstum von KMUs,
die Versand durch Amazon (FBA) nutzen

20%

amazon

Die Top 5 Kategorien

1
Wohnen2
Sportartikel3
Computer &
Zubehör4
Kosmetik5
Spielzeug

*Die Daten beziehen sich
auf in Österreich ansässige
KMUs und das GJ 2021.

Zusammenfassung

Der „Unternehmer:innen der Zukunft – KMU Report 2022“ ist unser jährlicher Blick darauf, wie sich das Online-Geschäft der mehr als 2.500 österreichischen kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs), die bei Amazon verkaufen, entwickelt hat.

Seit über 20 Jahren arbeitet Amazon eng mit einer Vielzahl an österreichischen Verkaufspartnern aller Größen zusammen, die meisten davon sind kleine und mittlere Unternehmen (KMUs). Die Unterstützung dieser Partner ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Geschäfts.

Amazon gibt in Österreich ansässigen KMUs Zugang zu Hunderten Millionen von Kund:innen, die erfolgreich Umsätze in unseren Stores erzielen und dabei gleichzeitig einen Mehrwert und ein tolles Einkaufserlebnis für unsere Kund:innen bieten. Durch gezielte Investitionen unterstützt Amazon Unternehmer:innen in jeder Phase ihrer Entwicklung – durch Logistiklösungen (wir haben unsere Logistikkapazitäten in Europa verdoppelt), Dienstleistungen und Analyse-Tools, die bei der Optimierung eines Unternehmens helfen, sowie Schulungen. Darüber hinaus hat Amazon in Österreich und Deutschland gemeinsam mit

mehr als 25 Partnerorganisationen das Digitalisierungsprogramm Quickstart Online ins Leben gerufen, das bis heute 30.000 österreichische und deutsche Unternehmen aller Größenordnungen dabei unterstützt hat, ein erfolgreiches Online-Geschäft aufzubauen.

Diese Investitionen halfen KMUs, die herausfordernde wirtschaftliche Lage zu meistern und den sich ständig verändernden Bedürfnissen unserer Kund:innen gerecht zu werden: So bauten viele KMUs beispielsweise ihre Multichannel-Angebote aus, um Kund:innen sowohl offline als auch online zu erreichen. Das Ergebnis: Im Jahr 2021 verkauften österreichische KMUs mehr als 20 Millionen Produkte bei Amazon, über 15% mehr als im Vorjahr. Amazon half auch dabei, Produkte an Kund:innen auf der ganzen Welt zu exportieren, was zu einem Exportumsatz von über 500 Millionen Euro führte – ein Wachstum von über 25% im Vergleich zum Vorjahr. Bis heute haben KMUs

durch ihre Verkäufe bei Amazon in Österreich mehr als 10.000 Arbeitsplätze geschaffen.

Amazons Erfolg ist eng mit dem von kleinen und mittleren Unternehmen verknüpft. Der „KMU Report 2022“ zeigt deutlich den Erfolg, die Anpassungsfähigkeit und den Unternehmergeist der über 2.500 österreichischen kleinen und mittleren Unternehmen. Amazon wird auch weiterhin unermüdlich daran arbeiten, ein vielfältiges und inklusives Umfeld zu entwickeln, das einzigartige Wachstumschancen bietet.

Online-Erfolg schafft regionale Arbeitsplätze



Martin Buritsch

Gründer von Brickcomplete GmbH

Standort: St. Margarethen an der Raab, Steiermark

Beschäftigte: 12

Verkaufspartner seit 2017

Der Steirer Martin Buritsch hat bereits in mehreren Branchen gearbeitet, von der Logistik über Unternehmensberatung bis hin zur Automobilindustrie. Schon als Kind faszinierten ihn aber die bunten, in aller Welt beliebten LEGO®-Bausteine. Heute vertreibt er mit seinem Unternehmen Brickcomplete fast ausschließlich LEGO. Das KMU zählt 12 Beschäftigte und versendet jährlich zwischen 50 und 100 Millionen LEGO-Steine.

„Ich habe schon als Kind von einem Geschäft geträumt, in dem es nur LEGO gibt.“, erzählt Martin Buritsch. Diesen Kindheitstraum hat sich der Unternehmer 2016 mit seinem auf LEGO spezialisiertes Unternehmen Brickcomplete erfüllt. Der Schritt, im Jahr nach der Gründung auf Amazon zu starten, war für ihn ein logischer. „Die zweite Bestellung, die wir bekommen haben, kam aus Australien. **Da habe ich schnell gelernt, global zu denken.**“

Die Pandemie hat dem Geschäft von Brickcomplete Auftrieb verliehen, der Umsatz hat sich etwa verdoppelt. Erzielt wird dieser zu mehr als 98% über den Online-Vertrieb. Über den eigenen Onlineshop und einige Marktplätze verkauft das steirische KMU in die ganze Welt. „Wir haben schon Pakete in 170 Länder verschickt, einmal zum Beispiel einen Kalender nach Djibouti.“, so der Gründer.

Um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden, wurde immer wieder neues Personal eingestellt. **„In den letzten Jahren haben wir jeweils etwa zwei oder drei neue**

Mitarbeiter:innen angestellt und dieses Jahr werden wir zusätzlich einen Programmierer in unserem Team begrüßen.“ Ein Teil der

Mitarbeiter:innen wird direkt im Betrieb ausgebildet, beispielsweise in den Bereichen E-Commerce und Logistik.

Die Beschäftigten wohnen in der direkten Umgebung und sind trotz erheblicher saisonaler Schwankungen das ganze Jahr über fest angestellt. Geschäftsführer Martin Buritsch führt an: **„Wir bezahlen ein überdurchschnittliches Gehalt und bieten eine zusätzliche Pensionsvorsorge. Mit Gleitzeit ermöglichen wir außerdem flexible, familienfreundliche Arbeitszeiten.“**

Der Zusammenhalt wird mit regelmäßigen Betriebsausflügen gestärkt, gegenseitige Wertschätzung ist bei Brickcomplete selbstverständlich. „Als Arbeitgeber bin ich meinem Team gegenüber immer offen und ehrlich. Ich bin sehr froh über die Loyalität und Zuverlässigkeit meines Teams.“

Bewährter Partner in jeder Phase der unternehmerischen Entwicklung

Die Services von Amazon bieten kleinen und mittelständischen Unternehmen leistungsstarke und kostengünstige Möglichkeiten, um mehr Kund:innen zu erreichen und ihren Umsatz zu steigern.

1.200 KMUs

Über 1.200 österreichische KMUs nutzten den Versand durch Amazon, um ihre Produkte bis zur Haustür der Kund:innen zu liefern. Ihr Umsatz stieg 2021 um durchschnittlich rund 20%.

20 Millionen verkaufte Produkte

Österreichische KMUs verkauften 2021 mehr als 20 Millionen Produkte (über 35 pro Minute): das sind um über 15% mehr als 2020.

Top 5 Kategorien

Die Top fünf Kategorien für österreichische KMUs waren Wohnen, Sportartikel, Computer & Zubehör, Kosmetik & Spielzeug

€100.000 Umsatz

Mehr als 600 österreichische KMUs haben einen Umsatz von über €100.000 erzielt - um 20% mehr als im Vorjahr.

€1 Million Umsatz

Mehr als 30 österreichische KMUs haben im Jahr 2021 erstmals einen Umsatz von €1 Million überschritten.

1.000 KMUs in Westösterreich

In Vorarlberg, Tirol, Salzburg und Oberösterreich verkauften mehr als 1.000 KMUs bei Amazon und exportierten Waren im Wert von über €200 Millionen.

€500 Millionen Exportumsatz

Österreichische KMUs, die bei Amazon verkaufen, verzeichneten im Jahr 2021 Exportumsätze von €500 Millionen - ein Wachstum von 25% gegenüber dem Vorjahr. Wir bieten ihnen die Möglichkeit, auf über 21 Marktplätzen zu verkaufen.

1.000 KMUs in Ostösterreich

In Niederösterreich, Wien und dem Burgenland verkauften mehr als 1.000 KMUs bei Amazon und exportierten Waren im Wert von über €200 Millionen.

400 KMUs in Südösterreich

In Kärnten und der Steiermark verkauften mehr als 400 KMUs bei Amazon und exportierten Waren im Wert von über €50 Millionen.

Amazon als Wachstumsturbo für österreichische KMUs



Bernhard Rinnerberger

Gründer von grillart

**Standort: Micheldorf,
Oberösterreich**

Beschäftigte: 5

Verkaufspartner seit 2016

Bernhard Rinnerberger ist gelernter Kunststofftechniker, war in diesem Job aber nie wirklich zufrieden. Also machte er sich mit gerade einmal 21 Jahren im Verkauf selbstständig. Ein Geschäftspartner machte ihn bald auf den Online-Handel aufmerksam. Begeistert von den Möglichkeiten investierte er sein gesamtes Ersparnis in den Aufbau seines Online-Geschäfts, den Verkauf ausgefallener Grillprodukte.

Das Ziel von grillart ist, einzigartige Produkte für ein besonderes Grillerlebnis anzubieten. Durch Experimentieren und Tüfteln entstehen neue Produkte oder werden kaum bekannte Produkte aufgegriffen und verbessert. Das junge Team vertreibt Räucherchips, Salzsteine und andere ausgefallene Grillprodukte über Amazon mittlerweile in ganz Europa.

„Ich bin froh, dass wir gleich zu Beginn mit dem Verkauf bei Amazon begonnen haben. Andernfalls wären wir bei weitem nicht so gewachsen, wir verdanken Amazon einen großen Teil unseres Erfolges. Unseren Umsatz konnten wir jedes Jahr nahezu verdoppeln. 2021 hatten wir 87% Umsatzwachstum und damit erstmals deutlich über eine Million Euro Umsatz erwirtschaftet.“, blickt der Gründer zurück. Besonders der europaweite Verkauf treibt das Wachstum voran. **Exporte machen rund 95 % des Umsatzes aus.**

Dabei greift grillart auf mehrere Amazon Programme zurück. „Für die Logistik nutzen wir den Versand durch Amazon, dieser nimmt uns viel Arbeit ab und unsere Kund:innen profitieren vom Kundenservice. Auch

die Markenregistrierung hat uns geholfen. Sie ist sehr einfach und bringt viele großartige Vorteile, die zum Aufbau der Marke beitragen.“, erzählt der Unternehmer.

Der Start war für den Quereinsteiger durchaus herausfordernd: „Anfangs scheint die Welt von Amazon etwas kompliziert.“ Durch den Austausch mit erfahrenen Online-Händler:innen sowie mit Hilfe von Büchern und Videos konnte der Oberösterreicher aber schon bald durchstarten:

„Amazon bietet enormes Potenzial und tolle Chancen, den Umsatz zu steigern. Die Startkosten und das Risiko sind überschaubar und man kann rasch Erfahrungen sammeln.“

Als Sohn einer Bergbauernfamilie ist Bernhard Rinnerberger Regionalität ein großes Anliegen: „Unsere Rohstoffe stammen aus meinem eigenen Wald oder von anderen Landwirt:innen und KMUs aus der Gegend. Wann immer möglich, werden unsere Produkte in der Region hergestellt – von der kleinen Bio-Bergbauernlandwirtschaft in die gesamte EU sozusagen.“

Amazon als weltweiter Erfolgsfaktor von LARS NYSØM



Sebastian Fritz
und Patrick Fischer

Gründer von LARS NYSØM

Standort: Wien

Beschäftigte: 7

Verkaufspartner seit 2017

Die Marke LARS NYSØM wurde von Patrick Fischer und Sebastian Fritz mit dem Ziel gegründet, die Prinzipien von minimalistischem und funktionellem Design auf Dinge des täglichen Bedarfs anzuwenden. Inspiriert von der klaren und geradlinigen skandinavischen Ästhetik, verwandelt die Marke unter dem Motto „The Simple Beautified“ Gebrauchsgegenstände in Accessoires, die Stück für Stück Schönheit in den Alltag bringen.

Der Name LARS NYSØM steht für einen ideellen Designer, der die Philosophie der Gründer widerspiegelt und eine Hommage an die stilprägende Designgeschichte Skandinaviens darstellt. So entstehen ästhetische, langlebige und klimaneutral zertifizierte Produkte, die schon mit renommierten Designpreisen ausgezeichnet wurden.

Das Wiener KMU startete 2017 bei Amazon und erzielt heute 95% seines Umsatzes durch Exporte. Das Gründer-Duo erzählt: **„Vor allem die Möglichkeit, unsere Produkte unkompliziert in vielen Ländern anbieten zu können, ist einer der wichtigsten Wachstumshebel für uns. Die Vielzahl an Marktplätzen und das einzigartige Logistiknetzwerk machen Amazon zu einem sehr attraktiven Verkaufskanal.“**

LARS NYSØM hat seine Präsenz schrittweise auf alle europäischen Amazon Stores und 2021 auf Nordamerika erweitert. **„Amazon hat uns bei der Expansion gezielt unterstützt und uns auch den Markteintritt in den USA deutlich erleichtert.“**, sagen die Unternehmer. „Das Aufsetzen der Prozesse war sehr einfach, da die

Marktplätze ähnlich funktionieren. Sehr hilfreich war auch die Synchronisierung der Rezensionen.“

Wichtig bei der Internationalisierung ist für Patrick und Sebastian eine klare Vorgehensweise. Zunächst sollte man eine Marktanalyse durchführen, um das Potential seiner Produkte in einem Land zu beurteilen. „Amazon.com ist der größte Marktplatz und bietet Zugang zu Millionen von Kund:innen. Daher ist es sinnvoll, Produkte in den USA zu testen und dann weitere Schritte festzulegen.“ So hat LARS NYSØM sein Produktportfolio mit einem extragroßen Brotkasten angepasst, der nur in den USA angeboten wird.

Mit dem Export sind auch Herausforderungen verbunden, die aber oft überschätzt werden, sagen die Gründer: **„Amazon bietet viele einfache Lösungen, etwa für die Logistik und die Versteuerung.“** Der Versand durch Amazon (FBA) reduziert die Komplexität massiv und bringt den größten Kundennutzen. Die Umsatzsteuerservices etwa haben uns sehr beim Start in anderen EU-Ländern geholfen.“

Positive Auswirkungen auf die lokale Gemeinschaft

Kleine und mittlere Unternehmen, die bei Amazon verkaufen, schaffen Arbeitsplätze und fördern ihre lokale Wirtschaft.



10.000 Jobs

Bis heute haben österreichische KMUs durch ihre Verkäufe bei Amazon mehr als 10.000 Jobs in Österreich geschaffen.

30.000 Unternehmer:innen unterstützt

Wir haben Digitalisierungsprogramme wie Quickstart Online ins Leben gerufen, das bis heute 30.000 österreichische und deutsche Unternehmen dabei unterstützt hat, ihr Geschäft zu digitalisieren.

Über 25 Partnerorganisationen

Wir haben mit über 25 Partnerorganisationen wie der Sparte Handel der österreichischen Wirtschaftskammer (WKÖ) zusammengearbeitet, um nicht nur E-Learning-Inhalte bereitzustellen, sondern auch spezielle Veranstaltungen zu Schwerpunktthemen wie Multi-Channel-Commerce zu organisieren.

Die Top 3 Städte nach Anzahl der KMUs, die 2021 bei Amazon verkauften:

1. Wien (über 600)
2. Graz (über 150)
3. Salzburg (über 140)

Die Top 3 Städte nach Exportumsätzen:

1. Wien (über €140 Mio.)
2. Salzburg (über €25 Mio.)
3. Graz (über €20 Mio.)

Mit Amazon ein erfolgreiches Unternehmen aufbauen



Sandra und Bernhard Pellny

Gründer von NORDKAMM

Standort: Breitenbach, Tirol

Beschäftigte: 2

Verkaufspartner seit 2017

Sandra Pellny und ihr Mann Bernhard haben ihre Wurzeln in den Tiroler Bergen. Zur gemeinsamen Leidenschaft gehörte schon immer der Bergsport. Ihre festen Jobs in der Schweiz gaben die beiden schließlich 2016 auf, um in der Heimat ihre eigene Outdoor-Marke NORDKAMM zu gründen. Entscheidend waren dabei auch die Chancen, die sie im Verkauf bei Amazon und Programmen wie Versand durch Amazon (FBA) sahen.

Die Werte von NORDKAMM spiegeln sich in einer eigenen Designsprache namens Classic Alpine wider. Zeitlose Designelemente der 50er bis 80er Jahre und modernste Materialien und Fertigungstechniken sorgen für eine lange Produktlebensdauer. „Das gehört für uns zur Nachhaltigkeit dazu. Wir möchten jedenfalls, dass auch unsere Töchter einen lebenswerten Planeten haben.“, erzählt das Ehepaar. Weitere Maßnahmen sind die Kompensation von CO₂-Emissionen, die beim Transport anfallen und die strenge Zertifizierung der verwendeten Rohstoffe, zum Beispiel mit dem OEKO-TEX Standard.

Vor der Gründung haben sich Sandra und Bernhard über verschiedene Quellen informiert. Dabei wurden sie auf einige Erfolgsgeschichten anderer Gründer:innen aufmerksam, die mit dem Marketplace und Programmen wie FBA einen Blitzstart hinlegen konnten. „Da haben wir uns gedacht: das schaffen wir auch. Und so führte eins zum anderen“, erinnert sich Sandra.

Also haben die beiden weitere Nachforschungen angestellt und ein Konzept entwickelt, bei dem Amazon von Anfang eine zentrale Rolle einnimmt. „Amazon ist für

uns nach wie vor ein sehr wichtiger Partner. Oft wird übersehen, was Amazon mit seinem Marktplatz alles ermöglicht. Man braucht keinen Großhändler mehr, der einen in die Läden bringt. Das ‚heavy lifting‘ wird praktisch von Amazon übernommen. Das verleiht auch kleinen Marken große Sichtbarkeit.“, beschreibt die Unternehmerin ihre Erfahrungen mit Amazon.

Das KMU aus Tirol hat zwei Festangestellte und arbeitet mit zahlreichen Freelancer:innen zusammen. Die Programme und Services von Amazon ermöglichen Sandra und Bernhard außerdem, gewisse Arbeiten auszulagern: „So können wir viel Zeit in die Produkte und den Aufbau unserer Marke investieren.“

Für Neulinge im E-Commerce haben die Pellnys einen Ratschlag: „Das Wichtigste ist, den Verkaufskanal so gut wie möglich zu verstehen. Dazu gehört zum Beispiel eine umfangreiche Keyword-Recherche vor dem Launch.“

Investitionen in die Zukunft



Hans-Karl Walser

Geschäftsführer von WALSER

Standort: Hohenems, Vorarlberg

Beschäftigte: 50

Verkaufspartner seit 2009

Das Familienunternehmen WALSER aus Vorarlberg wurde 1977 gegründet und ist bereits in zweiter Generation tätig. Was mit handgenähten Autositzbezügen aus Fellresten begann, hat sich dank laufender Forschung, Entwicklung und Digitalisierung zu einem modernen Betrieb mit mehreren Eigenmarken und breitem Sortiment im Bereich Autoausstattung entwickelt. Für die erfolgreiche Transformation hat WALSER laufend investiert.

Mit dem Leitbild „Nur das Beste für Ihr Auto“ ist der Anspruch von WALSER, hochwertige und langlebige Produkte zu entwickeln. „Wir testen unsere Produkte ausgiebig und nehmen uns viel Zeit, um nachhaltig zu arbeiten.“, sagt Geschäftsführer Hans-Karl Walser.

Dass WALSER den Online-Handel seit über 10 Jahren forciert, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Unternehmen. Der Verkauf bei Amazon ist dabei ein zentrales Standbein: **„Bereits seit 2009 sind wir Verkaufspartner von Amazon. Der Verkauf unserer Produkte bei Amazon hilft enorm, unserer Marke zu mehr Bekanntheit zu verhelfen. Durch den direkten Draht zu unseren Kund:innen können wir unsere Produkte immer wieder besser an deren Bedürfnisse und Wünsche anpassen. Die Erfahrungen auf Amazon beeinflussen uns stark - von der Produktentwicklung bis in den Kundenservice und die Logistik hinein.“**

Um Unternehmen, Produkte und Prozesse weiterzuentwickeln und fit für den wachsenden Online-Handel zu machen, investiert das KMU aus Hohenems laufend.

Jährlich fließen etwa eine Million Euro allein in die Entwicklung von Produkten, deren Vermarktung sowie dafür notwendige, begleitende Schulungen.

Hans-Karl Walser ergänzt: „Seit 2017 haben wir etwa 500.000 Euro in unser Produktinformationsmanagement investiert, um unseren Kund:innen stets die aktuellsten Daten und Bilder zu unseren Produkten zur Verfügung stellen zu können. Auch unser EDV-System und unsere Lagerwirtschaft wurden laufend weiterentwickelt, wofür wir knapp eine Million Euro aufgewendet haben.“

Dass sich die Investitionen lohnen, zeigt die Erfolgskurve: **„Im digitalen Bereich können wir Wachstumsraten von 40-50 % pro Jahr verbuchen.“**, sagt der Unternehmer. Geplante Investitionen sollen in weiterer Zukunft die Kundenpflege optimieren und mit dem Ausbau des eigenen Logistikcenters steht ein besonders umfangreiches Projekt an.



Mehr Informationen, wie Amazon kleine und
mittlere Unternehmen unterstützt, gibt es hier:
aboutamazon.de/at