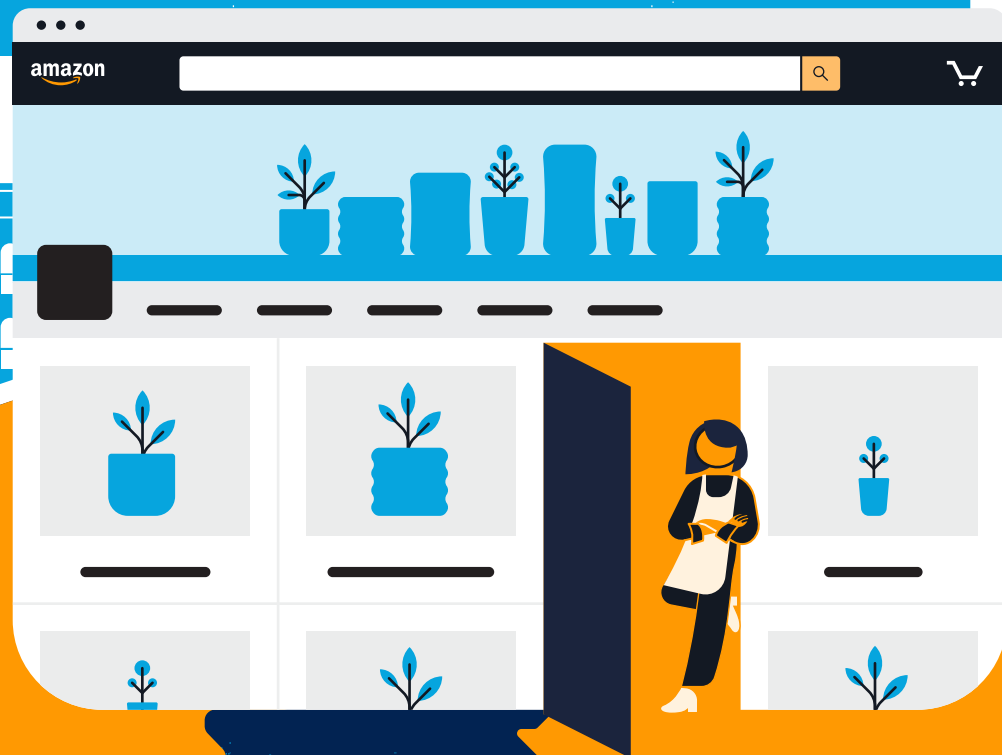




Unternehmer:innen der Zukunft – KMU Report Deutschland

2022



Unternehmer:innen der Zukunft – KMU Report Deutschland*

2022

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



160.000

Verkaufte Produkte von KMUs auf
Amazon



€750 Millionen

Exportumsätze von KMUs,
die bei Amazon verkaufen



€4,25 Milliarden

KMUs, die bislang durch Amazon bei der
Digitalisierung ihres Geschäfts unterstützt wurden



30.000

Deutsche KMUs verkaufen
mehr als 1.500 Produkte
pro Minute bei Amazon.



amazon

Die 5 verkaufsstärksten Kategorien



1
Wohnen



2
Drogerie &
Körperpflege



3
Bekleidung



4
Sport &
Freizeit



5
Garten

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

Executive Summary

Die Untersuchung „Unternehmer:innen der Zukunft – KMU Report 2022“ ist unser jährlicher Blick darauf, wie sich das Online-Geschäft der mehr als 45.000 deutschen kleinen und mittleren Unternehmen (KMUs), die bei Amazon verkaufen, entwickelt hat.

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

Im Jahr 2021 investierte Amazon in Europa mehr als 3,4 Milliarden Euro, um diese Beziehung zu stärken und auch die in Deutschland ansässigen KMUs, die bei Amazon verkaufen, zu unterstützen: Damit sie Zugang zu Hunderten Millionen Kund:innen-Konten erhalten, erfolgreich Umsätze in unseren Stores erzielen und dabei gleichzeitig einen Mehrwert und ein tolles Einkaufserlebnis für unsere Kund:innen bieten können. Durch gezielte Investitionen unterstützt Amazon Unternehmer:innen in jeder Phase ihrer Entwicklung – durch Logistiklösungen (allein in Deutschland

haben wir 2022 drei neue Logistikzentren eröffnet), Dienstleistungen und Analyse-Tools, die bei der Optimierung eines Unternehmens helfen, sowie Schulungen. Darüber hinaus hat Amazon in Deutschland gemeinsam mit mehr als 25 Partnerorganisationen ein neues Digitalisierungsprogramm ins Leben gerufen, das bis heute über 30.000 deutsche Unternehmen aller Größenordnungen dabei unterstützt hat, ein erfolgreiches Online-Geschäft aufzubauen.

Diese Investitionen halfen KMUs dabei, die herausfordernde wirtschaftliche Lage zu meistern und den sich ständig verändernden Bedürfnissen von Kund:innen gerecht zu werden: So bauten viele KMUs beispielsweise ihre Multichannel-Angebote aus, um Kund:innen sowohl offline als auch online zu erreichen. Im Ergebnis verkauften europäische KMUs im Jahr

2021 mehr als 750 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 mehr als 4,25 Milliarden Euro führte – ein Wachstum von über 10 % im Vergleich zum Vorjahr. Bis heute haben KMUs in Deutschland mehr als 160.000 Arbeitsplätze geschaffen, um ihr Online-Geschäft zu betreiben – 10.000 davon allein im Jahr 2021.

Amazons Erfolg ist eng mit dem von kleinen und mittleren Unternehmen verknüpft. Der „KMU Report 2022“ zeigt deutlich den Erfolg, die Belastbarkeit und den Unternehmergeist der mehr als 45.000 deutschen kleinen und mittleren Unternehmen. Wir werden auch weiterhin unermüdlich daran arbeiten, eine wertvolle und inklusive Community zu entwickeln, die einzigartige Wachstumschancen bietet.

Aus Bayern über den großen Teich



Klaus Forsthofer

Mitgründer von ACE

Sitz: Freilassing, Bayern

Mitarbeitende: 27

**Amazon Verkaufspartner seit
2012**

Die besten Ideen beruhen manchmal auf zufälligen Ereignissen. Für Klaus Forsthofers zündende Idee musste zunächst ein Freund auf dem Heimweg von einer Party bei einer Polizeikontrolle angehalten werden. So entdeckte er 2001 eine Marktlücke, gründete ACE und verkaufte Alkoholtester an Privatkund:innen.

Was folgte, war eine stetige Wachstumsgeschichte. Zunächst ging es mit dem eigenen Onlineshop los. Dann wuchs das Produktportfolio kontinuierlich: Dem zentralen Gedanken treubleibend, das Leben sicherer zu machen, erweiterte er von Alkoholtestern auf Gaswarntechnik und Schutzbekleidung. „Während wir anfangs noch die Produkte anderer vertrieben haben, verkaufen wir heute zu 50 % Eigenmarken“, erzählt Klaus.

2012 wurde Amazon zu einem wichtigen Baustein der weiteren Geschäftsentwicklung. Seitdem gehen die Produkte über den paneuropäischen Versand durch Amazon nach ganz Europa. Und seit 2015 verkauft ACE sogar in die USA.

Dieser Schritt war gut durchdacht und geplant: Klaus erarbeitete sich vor Ort die (steuer-)rechtlichen Grundlagen und sah sich die US-Konkurrenz persönlich an. „Danach haben wir Produkte extra für den dortigen Markt entwickelt: farblich, sprachlich, werblich mussten wir viel lauter auftreten als in Europa“, erklärt er. „Das ist die Basis unseres heutigen Erfolgs in den USA.“ Rund 25 % seines 20-Millionen-

Umsatzes macht ACE mittlerweile auf amazon.com.

Nun arbeitet Klaus Forsthofer an der Expansion in die für Amazon neuen EU-Länder Niederlande, Schweden und Polen sowie auf den indischen Marketplace. „Möglich ist das alles nur dank Strukturen wie Versand durch Amazon und Amazon Global Selling“, sagt Klaus. Um für die nächsten Schritte auf dem Expansionskurs gerüstet zu sein, hat ACE gerade in Freilassing auf mehr als 4.000 Quadratmetern einen neuen Hauptsitz mit Lagerhalle eröffnet.

„Bei uns ist mittlerweile vieles für den Handel über den Amazon Marketplace optimiert – auch unsere Produktentwicklung.“ Die Grundlagen dafür sind seit einiger Zeit Rezensionen von Amazon Kund:innen. Was bei anderen gut und schlecht bewertet wird, nimmt ACE als Inspiration für die eigene Herstellung. „Man muss sich einfach darauf einlassen, wie Amazon funktioniert“, sagt Klaus Forsthofer rückblickend. „Davon haben wir in den letzten zehn Jahren enorm profitiert.“

Zuverlässiger Partner in jeder Phase der Unternehmensentwicklung

Die Verkaufstools von Amazon bieten kleinen und mittleren Unternehmen leistungsstarke und kostengünstige Möglichkeiten, mehr Kund:innen zu erreichen und den Umsatz zu steigern.

45.000 KMUs

Mehr als 45.000 kleine und mittlere Unternehmen aus Deutschland verkaufen bei Amazon.

750 Mio. verkaufte Produkte

2021 verkauften deutsche KMUs mehr als 750 Millionen Produkte (rund 1.500 pro Minute) bei Amazon – über 15 % mehr als im Vorjahr.

Top-5-Kategorien

Die Top-5-Kategorien, in denen deutsche KMUs am meisten verkauften, sind: Wohnen, Drogerie & Körperpflege, Bekleidung, Sport & Freizeit und Garten.

100.000 Euro Umsatz

Mehr als 16.000 deutsche KMUs erzielten einen Umsatz von über 100.000 Euro – ein Anstieg von über 10 % gegenüber dem Vorjahr.

1 Mio. Euro Umsatz

Mehr als 900 deutsche KMUs erzielten im Jahr 2021 erstmals einen Umsatz von mehr als 1 Million Euro.

Amazon Warehouse

Über Amazon Warehouse wurden über 6 Millionen gebrauchte Produkte verkauft.

Exportverkäufe von 4,25 Mrd. Euro

Deutsche KMUs, die bei Amazon verkaufen, verzeichneten im Jahr 2021 Exportumsätze von mehr als 4,25 Mrd. Euro – ein Wachstum von über 10 % im Vergleich zum Vorjahr. Amazon bietet Verkaufsmöglichkeiten auf insgesamt 21 Marketplaces.

75 % der KMUs verkauften ins Ausland

Über 75 % der deutschen KMUs verzeichneten im Jahr 2021 Verkäufe an Kund:innen in aller Welt. KMUs können über Amazon Kund:innen aus über 200 Ländern erreichen.

Die Top-5 Export-Kategorien

Die Top-5-Kategorien der Exportprodukte deutscher KMUs waren: Wohnen, Drogerie & Körperpflege, Sport & Freizeit, Spielwaren und Elektronik.

Vom Nachhaltigkeits-Blog zum florierenden Business



Nanine Roth

Mitgründerin von BewusstGrün

**Sitz: Ostfildern, Baden-
Württemberg**

Mitarbeitende: 4

**Amazon Verkaufspartnerin seit
2020**

Ihre erste Elternzeit nutzte Nanine Roth dazu, zwei ihrer Leidenschaften miteinander zu verbinden: das Schreiben und ihren Einsatz für mehr Nachhaltigkeit. So startete sie im April 2020 den Blog „BewusstGrün“. Fünf Monate später war daraus ein Familienunternehmen geworden, dessen nachhaltige Stoffservietten im folgenden Weihnachtsgeschäft reißenden Absatz fanden. Eine Geschichte wie ein Märchen? Vielleicht.

Vor allem ist es ein glaubwürdiges Team mit den richtigen Ideen, das den Erfolg von BewusstGrün ausmacht: Nanine Roth, die grüne Seele des Unternehmens, setzte auf das Marktplatz-Wissen ihres Mannes Florian sowie die SEO-Expertise ihres Bruders Sascha. Und schon ging es los: Herstellersuche, Produktion, Versand durch Amazon – in sechs Wochen ausverkauft.

Nach dem schnellen Erfolg ihrer Servietten begannen die drei hochmotiviert mit der Suche nach neuen Produktideen. Es folgten Stoffbinden aus nachhaltiger Baumwolle, Serviettenringe aus Holz und Untersetzer aus Kork. Für Herbst 2022 sind neue Servietten aus Leinen geplant. „Amazon hat an dieser Erfolgsgeschichte maßgeblich mitgewirkt, weil wir über den Marktplatz ab Tag eins sichtbar waren. Das nötige Know-how haben wir uns über die Experten-Coachings vom Wissensportal ‚Quickstart Online‘ angeeignet“, sagt Florian Roth. „Nur so konnten wir uns in der Zielgruppe schnell einen Namen machen.“

Und das nicht nur in Deutschland. Dank des paneuropäischen Versands durch Amazon verkaufte BewusstGrün kurz nach der Gründung in ganz Europa.

Vor allem, weil das mit dem Amazon Marketplace einfach nachhaltig möglich war: „Das Programm verteilt die Waren in Lager europaweit. So sparen wir durch kurze Wege zu den Endkund:innen viel CO₂“, hebt Nanine hervor. „Mindestens ebenso geholfen hat uns Amazons Climate Pledge Friendly Zertifizierung. Damit konnten wir uns eine hohe Glaubwürdigkeit aufbauen. Und natürlich der Versand über Small & Light, mit dem wir bis heute manche Produkte überhaupt erst rentabel nachhaltig anbieten können.“

So war nicht nur der Start ein Erfolg, sondern auch das, was danach passierte: Im Weihnachtsgeschäft 2021 erzielte BewusstGrün ein Wachstum von 200 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt verzeichnete das Unternehmen in seinem ersten vollständigen Geschäftsjahr bereits einen mittleren sechsstelligen Umsatz – 80 % davon über den Amazon Marketplace. „Dank Amazon können wir so im wahrsten Sinne des Wortes nachhaltig wachsen.“

Innovative Ressourcen für den Erfolg von KMUs

Amazon investiert Milliarden, um das Wachstum von kleinen und mittleren Unternehmen zu fördern und den Weg für die nächste Generation von Unternehmer:innen zu ebnen.

3,4 Milliarden Euro investiert

Im Jahr 2021 haben wir in Europa mehr als 3,4 Milliarden Euro in den Erfolg von KMUs investiert. Diese Investitionen umfassen Logistik, Teams, Dienstleistungen, Programme und Tools. Mehr als 28.000 Mitarbeiter:innen arbeiten weltweit am Erfolg von KMUs.

1 Mrd. Euro Umsatz mit Amazon Business

Die Anzahl deutscher KMUs, die bei Amazon Business verkaufen, wuchs 2021 um über 10 %. Sie generierten insgesamt 1 Mrd. Euro Umsatz und verkauften rund 30 Mio. Artikel in einer Vielzahl von Kategorien, darunter: IT, Gastgewerbe, Gesundheit, Bürobedarf, Produkte für Wartung, Instandhaltung und Betrieb.

3 neue Logistikzentren in Deutschland

Amazon verfügt über 20 Logistikzentren, einige Sortierzentren und über 60 Verteilzentren zur Unterstützung von KMUs in Deutschland. Allein 2022 haben wir in Deutschland drei neue Logistikzentren eröffnet.

25 % Umsatzzuwachs mit Versand durch Amazon

Über 20.000 KMUs haben 2021 ihre Produkte bei Amazon gelistet und dabei die gesamte Lagerung sowie den Versand und Kundenservice eigenständig verwaltet. Über 20.000 KMUs nutzten Versand durch Amazon, um ihre Kund:innen zu beliefern - ihr Umsatz stieg 2021 um 25 %.

Neue Tools und Services für KMUs

Auch 2021 haben wir neue Tools und Services für Verkaufspartner eingeführt, um sie in ihrem Wachstum zu unterstützen. Beispiele sind der Product Opportunity Explorer zum Auffinden neuer Trends und Produktchancen; der "Flexkredit" in Kooperation mit der ING Deutschland und Kundenservice durch Amazon für den Eigenversand. Diese Investitionen basieren auf dem Feedback von Verkäufer:innen, was für sie am wichtigsten ist, und auf den größten Herausforderungen, denen Verkaufspartner heute und in Zukunft gegenüberstehen.

Junge Babytextilmarke schafft Arbeitsplätze



Fabian Bitta & Aline Gallois- Trautmann

Gründer von emma & noah

Sitz: **Düsseldorf, Nordrhein-Westfalen**

Mitarbeitende: **12**

Amazon Verkaufspartner seit 2019

Gesucht und gefunden – Aline und Fabian, oder: emma & noah. So lautet die Kurzversion der Erfolgsgeschichte zweier WHU Absolventen, die sich 2019 zusammentaten, um ihr eigenes Business aufzubauen. Aline, damals privat auf der Suche nach ansprechenden Babygeschenken, und Fabian, fasziniert von der Positivität der Kids-Branche, haben eine Erfolgsmarke für hochwertige und nachhaltig produzierte Babytextilien gegründet.

emma & noah trifft den Zeitgeist: Die E-Commerce-Marke spricht mit ihren Schläfsäcken, Krabbeldecken und Co junge Eltern an, die auf Design und Qualität setzen. Innerhalb kürzester Zeit hat das Düsseldorfer Start-up eine hippe Marke etabliert, die einen hohen, einstelligen Millionenumsatz erzielt. Zum Erfolgsrezept gehört der „perfect match“: Aline Gallois-Trautmann hat den Blick fürs Detail und ist prozessorientiert, Fabian Bitta ist der kreative, risikobereite Kopf.

Angefangen hat das Gründerduo auf dem Amazon Marketplace: „Wir sind auf Amazon gestartet, um unsere Idee und unser Produkt zu validieren. Durch den direkten Zugang zu unserer Zielgruppe konnten wir unser Geschäftsmodell verifizieren und wichtige Learnings für den Unternehmensaufbau generieren“, berichtet Aline.

Drei Jahre später zählt emma & noah zwölf Mitarbeiter:innen. Drei weitere Stellen in den Bereichen Supply Chain, People & Culture und Design sind geplant. Der jüngste Neuzugang unterstützt im E-Commerce und gestaltet das Amazon Marktplatzgeschäft. Denn das Start-up ist auf Internationalisierungskurs – mit dem paneuropäischen Versand

durch Amazon erreichen die Babyprodukte Kund:innen in Frankreich, Italien, Spanien und Großbritannien. „Für uns ist das ein strategischer Weg, um neue Märkte zu validieren und auf die Anforderungen in den einzelnen Ländern einzugehen“, erzählt Fabian.

Eine weitere neue Mitarbeiterin verantwortet den Einkauf. Wie in der gesamten Wertschöpfungskette von emma & noah, ist das Thema Nachhaltigkeit im Einkaufsprozess von großer Bedeutung. Mit der neu geschaffenen Position will das Unternehmen Nachhaltigkeitsinitiativen zusammen mit Lieferanten und Stakeholdern weiter vorantreiben.

Ein Tipp, den Fabian allen Gründer:innen mitgibt: „Legt einfach los - wir machen immer noch jeden Tag Sachen, von denen wir keine Ahnung haben, nur so konnten wir in kurzer Zeit so erfolgreich werden. Im Laufe des Prozesses kann man die meisten Dinge noch anpassen und optimieren.“

Beitrag durch KMUs vor Ort

Kleine und mittlere Unternehmen, die bei Amazon verkaufen, schaffen in ihren Regionen Arbeitsplätze und fördern die lokale Wirtschaft.



160.000 Arbeitsplätze

Bis heute haben deutsche KMUs mehr als 160.000 Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen, um ihr Onlinegeschäft zu betreiben.

30.000 Unternehmer:innen geschult

Gemeinsam mit dem Handelsverband Deutschland (HDE) und der Initiative "Händler helfen Händlern" haben wir das Digitalisierungsprogramm Quickstart Online ins Leben gerufen und so bis heute über 30.000 Unternehmer:innen beim Einstieg in den Online-Handel unterstützt.

25 Partner- organisationen

Wir arbeiten mit über 25 Partnerorganisationen zusammen, um unseren Verkaufspartnern nicht nur E-Learning-Inhalte, sondern auch Einzel-Coachings und spezielle Veranstaltungen zu Schwerpunktthemen wie "Multi-Channel-Commerce" oder "Anpassungsfähigkeit von Unternehmen" anzubieten.

Die Top 10 der Bundesländer nach Anzahl der Amazon Verkaufspartner 2021:

- | | |
|------------------------|------------------------|
| 1. Nordrhein-Westfalen | 7. Sachsen |
| 2. Bayern | 8. Rheinland-Pfalz |
| 3. Baden-Württemberg | 9. Hamburg |
| 4. Niedersachsen | 10. Schleswig-Holstein |
| 5. Hessen | |
| 6. Berlin | |

Die Top 10 der Bundesländer nach Exportumsätzen der Amazon Verkaufspartner 2021:

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1. Nordrhein-Westfalen | 7. Sachsen |
| 2. Bayern | 8. Hamburg |
| 3. Berlin | 9. Schleswig-Holstein |
| 4. Baden-Württemberg | 10. Rheinland-Pfalz |
| 5. Niedersachsen | |
| 6. Hessen | |

Von offline zu online in der Pandemie



Christian Krömer

Gründer von Spielwaren Krömer

Sitz: Schrobenhausen, Bayern

Mitarbeitende: 120

Amazon Verkaufspartner seit 2021

Christian Krömer ist Veränderung gewohnt: Eigentlich war nie geplant, dass er den Spielwarenhandel der Eltern übernimmt, aber als sich sein Job bei einem großen Softwareunternehmen veränderte, dachte der Informatikkaufmann um – und half dabei, das Familienunternehmen auf 22 Filialen auszubauen. Dann kam Corona. Für Spielwaren Krömer eine Chance, denn das Unternehmen brachte sein Filialgeschäft erfolgreich ins Netz.

„Ehrlich gesagt habe ich mich lange dagegen gewehrt, bei Amazon zu verkaufen“, sagt Christian Krömer. So sehr, dass er in der ersten Corona-Lockdown-Phase im Frühjahr 2020 keinen Gedanken daran verschwendete, Amazon Verkaufspartner zu werden. „Kurzfristig konnten wir den Ausfall mit unserem eigenen Onlineshop ganz gut auffangen.“ Doch die Pandemie machte keine Pause und so sperrte Christian seine Läden Ende 2020 ein zweites Mal zu. Er wusste: Nun musste eine langfristige Lösung her.

Erstmals sah er die Vorteile des Amazon Marketplace. „Früher habe ich immer nur gedacht: Die nehmen uns die Kund:innen weg. Plötzlich habe ich verstanden, dass da ein riesiges Potenzial abseits unserer Filialen schlummert“, erklärt Christian. Gesagt, getan: Schon im Jahr 2021 machte Spielwaren Krömer auf Amazon siebenstellige Umsätze – und konnte so verhindern, dass die Mitarbeitenden in Kurzarbeit gehen mussten. Das kostenfreie Wissensportal rund um das Thema E-Commerce, „Quickstart Online“, half ihm beim Aufbau dieses zweiten digitalen Standbeins.

Der Einstieg bei Amazon sei ein „Gamechanger“ gewesen, erkennt Krömer rückblickend. Wenn er aus dem Bürofenster schaut, sieht er die im Bau befindliche neue Lagerhalle, aus der mittlerweile 9.000 verschiedene Artikel an Kund:innen versendet werden. Und überhaupt ist Spielwaren Krömer kräftig expandiert. „Wir haben große Ziele: 2022 wollen wir unseren E-Commerce-Umsatz gegenüber 2021 verdoppeln. Wir sind derzeit auf einem sehr guten Weg“, verrät Christian. „Der Zwei-Prozent-Anteil des Onlinegeschäfts an unserem Absatz von vor der Pandemie ist heute unvorstellbar.“

Mit dem paneuropäischen Versand durch Amazon ist Spielwaren Krömer jetzt EU-weit tätig – Großbritannien und die Schweiz sollen bald folgen. „Und das Wachstum ist nicht allein ökonomischer Natur. Wir alle hier sind auch menschlich und als Team an dieser Transformation vom stationären zum Online-Händler gewachsen“, fasst Christian zusammen. „Und die Reise hat gerade erst begonnen...“

Mit Reis zum Millionenunternehmen



Sohrab Mohammad & Torben Buttjer

Gründer von Reishunger

Sitz: Bremen

Mitarbeitende: 100

Amazon Verkaufspartner seit 2013

„Richtig guten Reis gab es eigentlich immer nur bei meiner Mutter daheim – und mit Glück in ausgewählten Restaurants. Aber auch nur, wenn man wusste, wohin man gehen kann“, sagt Sohrab Mohammad. Also beschloss er, gemeinsam mit seinem Kommilitonen Torben Buttjer nicht die typische Wirtschaftsingenieurs-Karriere zu machen, sondern zu gründen. Und guten Reis nach Deutschland zu bringen.

So entstand 2011 Reishunger – eine echte Pionierleistung. Denn Food Start-ups wie wir sie heute kennen, gab es damals noch nicht. Torben und Sohrab gingen auf Reisen, besuchten Landwirt:innen und Zwischenhändler:innen in den besten Produktionsländern. Die sechs leckersten Sorten, die sie finden konnten, importierten sie in kleinen Mengen und begannen, sie aus der Garage zu verkaufen. „Bis etwa 2013 hatte das wirklich noch studentischen Charakter“, gesteht Sohrab. „Aber das war nicht schlimm. Wir sind langsam, aber stetig gewachsen – und haben uns bewusst gegen eine externe Finanzierung entschieden.“

Die Entscheidung, 2013 auf dem Amazon Marketplace zu beginnen, nennt er eine der wichtigsten Geschäftsentscheidungen, die das Gründerduo bis heute getroffen hat. „Damals stand Amazon für Bücher und Elektronik – dann kamen wir mit Reis“, erzählt er. Ihren Einstieg in diese Welt fanden sie mit Reiskochern, die sie im Paket mit ihrem Reis verkauften. Eine Idee, die Traffic, Cashflow und einen ersten Kundenstamm brachte. So waren neue Investitionen möglich.

„Bei Amazon haben wir uns von Anfang an auf Content und Brand Building konzentriert“, blickt Sohrab zurück. „Das hat uns einen echten Wettbewerbsvorteil verschafft und ist auch heute noch extrem wichtig für Start-ups.“ Auf dieser Basis expandierte Reishunger sukzessive: kurzfristig nach Österreich, später in weitere europäische Länder. Heute bedient das Start-up 15 verschiedene Länder, darunter auch Großbritannien und seit 2022 die USA. „Programme wie Versand durch Amazon (FBA), Pan-EU und Amazon Global Selling machen das für uns möglich“, fasst Sohrab zusammen.

So ist Reishunger in den letzten beinahe zehn Jahren mit und an Amazon gewachsen. Heute beschäftigt das Unternehmen rund 100 Mitarbeiter:innen – ein eigenes Amazon Team inklusive – und macht einen zweistelligen Millionenumsatz. „30 bis 40 % davon kommen über Amazon. Insofern blicken wir auf eine sehr erfolgreiche Partnerschaft zurück und freuen uns auf die Zukunft.“



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