

## Fallstudie (Q3/2024)

### Wie ein neuer Badreiniger im Launch mit einem Testsiegel mehr Sichtbarkeit & Vertrauen auf Amazon gewann

---

**Problem:** Launch eines komplett neuen Produkts – ohne Bewertungen, ohne Bekanntheit, kaum auffindbar in den Suchergebnissen

**Lösung:**

Ein unabhängiges Testsiegel als visuelles Vertrauenselement und Differenzierungsmerkmal in den Suchergebnissen und Werbeanzeigen.

---

#### Kurzüberblick

Im Herbst 2024 launchte ein junges Unternehmen seinen ersten Badreiniger auf Amazon – ein umweltfreundliches Produkt auf Zitronensäurebasis. Doch der Einstieg war schwieriger als erwartet. Ohne Bewertungen und etablierte Kundenbindung kämpfte das Unternehmen um Sichtbarkeit. Trotz hochwertiger Qualität und Wirkung war das Produkt in den Suchergebnissen kaum auffindbar, und die Klickrate lag unter 1 %. Die Konkurrenz war groß, und das Listing ging in der Vielzahl ähnlicher, gut bewerteter Produkte unter. Zudem fehlte eine Möglichkeit, den höheren Preis und die herausragende Qualität des Produkts effektiv zu kommunizieren. Der Einstieg zeigte, wie wichtig es ist, Vertrauen aufzubauen und sich gegen etablierte Produkte durchzusetzen.

**Die Lösung:** Ein unabhängiges Testsiegel, das Vertrauen auslöst, die Klickrate Signifikat erhöht und dem Produkt im Launch die nötige Präsenz verschafft.

---

#### Über das Unternehmen

Das Unternehmen wurde kürzlich gegründet und hat sich auf die Entwicklung nachhaltiger, umweltschonender Reinigungsmittel spezialisiert. Der Fokus liegt auf der Herstellung von Produkten, die sowohl effektiv als auch umweltfreundlich sind – ohne aggressive Chemikalien oder Mikroplastik. Der Badreiniger wird in Deutschland produziert und basiert auf Zitronensäure, was ihn besonders kraftvoll gegen Kalk und umweltverträglich macht. Als FBA-Seller auf Amazon gestartet, konzentriert sich das Unternehmen auf den Direktvertrieb über diese Plattform und setzt auf eine langfristige Kundenbindung durch hochwertige, nachhaltige Produkte. Das Unternehmen richtet sich an qualitätsbewusste Haushalte, die bei Reinigungsmitteln auf Wirkung und Umweltverträglichkeit achten.

---

## Ausgangssituation & Herausforderung

**Produkt:** Badreiniger gegen Kalk

### Herausforderungen beim Launch auf Amazon:

#### ✓ Keine Bewertungen

- Ohne Bewertungen fehlte das Vertrauen, das in einem enorm umkämpften Markt notwendig ist, um sich von der Konkurrenz abzuheben.
- Käufer waren unsicher, ob das neue Produkt tatsächlich die versprochene Qualität und Wirkung bietet, was die Kaufentscheidung hemmte.

#### ✓ Extrem hoher Wettbewerbsdruck

- Viele etablierte Produkte mit tausenden Bewertungen und ähnlichen Produktversprechen
- Listings wirkten visuell sehr ähnlich: weiß-grüne Designs und Natur-Claims

#### ✓ Kaum Klicks und schwache Sichtbarkeit

- Das Produkt ging visuell unter – in den Suchergebnissen sah es aus wie alle anderen
- Trotz hochwertiger Eigenschaften lag die Klickrate bei unter 1 %

„Wir wussten, dass unser Produkt richtig gut ist – aber ohne Bewertungen und ohne sichtbares Differenzierungsmerkmal waren wir praktisch unsichtbar.“

— **Julian K., Geschäftsführer**

---

## Lösung: Sichtbarkeit & Vertrauen durch ein unabhängiges Testsiegel

Angesichts des schwierigen Launches, bei dem das Produkt kaum Verkäufe erzielte und in den Suchergebnissen unterging, entschloss sich das Unternehmen, ein unabhängiges Testsiegel zu nutzen, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und das Vertrauen der Kunden trotz fehlender Bewertungen zu gewinnen.

→ Das Produkt erhielt die Bewertung: „**Sehr gut**“

### So wurde das Testsiegel für den Launch genutzt:

- Direkt im Hauptbild platziert → Als Eye-Catcher in den Amazon Suchergebnissen
- Sponsored Ads mit Fokus auf das Siegel → Auffällig und hochwertig
- Bullet Points ergänzt mit: „Von unabhängigem Institut geprüft“
- Keine Rabatte im Launch → Fokus auf Qualität & Vertrauen

## Ergebnisse nach 6 Wochen (A/B Splittest)

Kennzahl	Version A	Version B	Unterschied
Conversion-Rate (organisch)	5,2 %	7,6 %	<b>+ 28,0 %</b>
Verkaufte Einheiten (gesamt)	210	372	<b>+ 162</b>
Verkauf in Euro gesamt	3.150,14 €	5.571,18 €	<b>+ 2.421,04 €</b>
Aus der Suche verkaufte Einheiten	165	272	<b>+ 107</b>
Keyword-Ranking	Platz 65	Platz 14	<b>↑ deutlich besser</b>

Version B verwendete ein Hauptbild mit einem sichtbar integrierten Testsiegel des „Instituts für Produkttests“ und wurde im Rahmen eines A/B-Tests über Amazon getestet. Die dabei gesammelten Daten wurden uns für diese Fallstudie zur Verfügung gestellt. Die Auswertung zeigt eine deutliche Leistungssteigerung im Vergleich zu Version A, bei dem im Hauptbild kein Testsiegel verwendet wurde.

### Die entscheidenden Faktoren:

✓ Vertrauen war sofort sichtbar – noch vor der ersten Bewertung

- Das Siegel schloss die Lücke fehlender Rezensionen und signalisierte direkt hohe Qualität
- Das Produkt war neu, aber das unabhängige Testsiegel sorgte für Vertrauen und Seriosität

✓ Mehr Sichtbarkeit in den Suchergebnissen und Ads

- Das Siegel im Hauptbild sorgte für einen Scroll-Stopp-Effekt und erhöhte die CTR in Ads
- Höhere CVR, wodurch die organischen Verkäufe stiegen und sich das Ranking verbesserte

✓ Schnellerer Kaufentscheidungsprozess

- Trotz Skepsis gegenüber einem neuen Produkt sorgte das Testsiegel für Sicherheit und beschleunigte die Kaufentscheidung der Kunden
- Das Siegel half dem Produkt, in einer gesättigten Nische aufzufallen und auch ohne Kundenbewertungen positiv wahrgenommen zu werden

✓ **Fazit: Sichtbarkeit, Vertrauen und Verkäufe – direkt zum Launch**

Der Amazon-Start eines neuen Produkts ist oft der schwierigste Moment:

- Keine Bewertungen
- Kein Ranking
- Keine Markenbindung

**Ein vertrautes Qualitätssiegel wurde hier erfolgreich eingesetzt, um genau diese Hürden zu überwinden:**

- Höhere Sichtbarkeit im Feed
- Höhere Klickrate bei Ads
- Höhere CVR trotz fehlender Rezensionen
- Frühe organische Bewertungen durch überzeugte Erstkäufer

Das Testsiegel ersetzte fehlende Bewertungen, verbesserte die Sichtbarkeit und half, sich in einer überfüllten Nische sofort als glaubwürdiges Wettbewerbsprodukt zu positionieren – ganz ohne enorme Preisrabatte.