



Fallstudie: Produktzertifizierung Tag 0–90

Ein Produkt aus der Kategorie Haarpflege & Styling. Gleiche Bilder, gleicher Text, gleicher Preis — verändert wurde ein einziges Signal. Und danach das Werbebudget.

Amazon Deutschland

Zertifizierung 01/2026

90 Tage Beobachtung

Absolutwerte anonymisiert

Seite 1 / 2

+515 %

VERKAUFSEINHEITEN

47 → 289 Stück pro Monat

–86 %

WERBEKOSTEN

Index 100 → 14

356 → 66

BESTSELLER-RANG

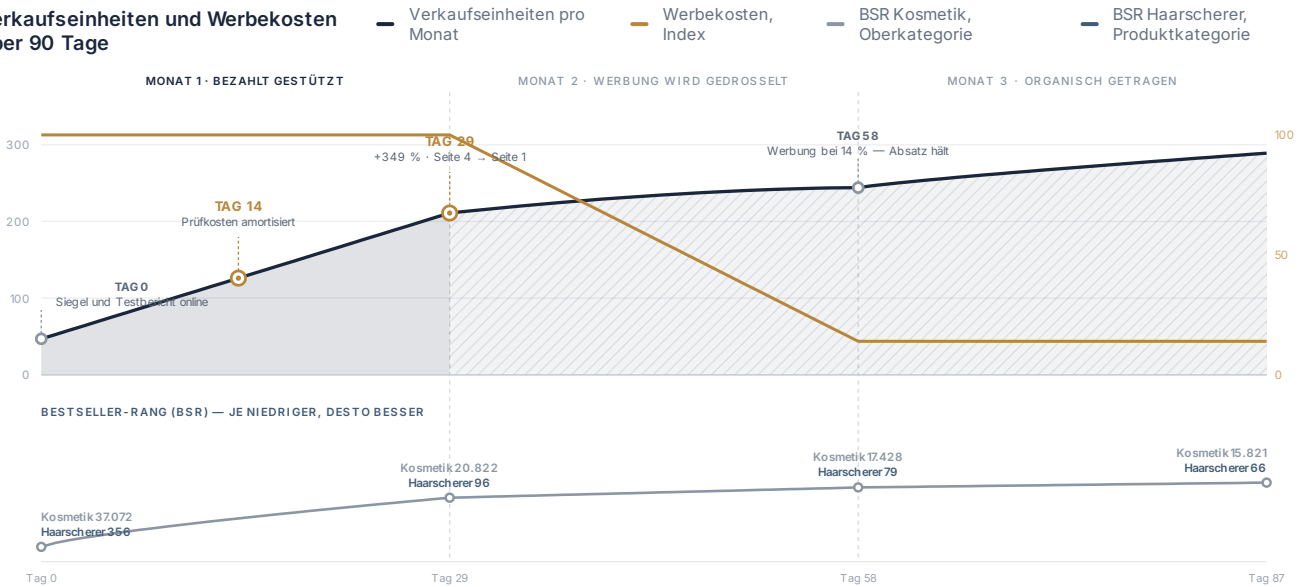
Produktkategorie Haarscherer

14 → 10 %

RETOURENQUOTE

je 100 verkaufte Einheiten

Verkaufseinheiten und Werbekosten über 90 Tage



DIE STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNG

Die Drosselung war kein Sparprogramm, sondern ein Rankingtest. Über Sponsored Products erkaufte Absatz hält den Bestseller-Rang nur, solange das Budget läuft. Er baut keine organische Sales Velocity auf, die für sich trägt — der Rang bleibt gemietet, der TACoS steigt mit jedem Wachstumsschritt.

Ab Tag 29 lag mit Testbericht, Siegel und externer Erwähnung erstmals ein Ranking-Signal vor, das nicht aus dem eigenen Werbekonto stammt. Das Budget wurde kontrolliert zurückgefahren, um den organisch getragenen Anteil zu messen. Der Absatz wuchs langsamer — aber er wuchs, und der BSR verbesserte sich bei sinkendem Werbedruck weiter.

Monat 1 · Tag 0–29

Siegel und Testbericht live

- Absatz 47 → 211 Einheiten/Monat, Ad Spend unverändert
- BSR Kosmetik 37.072 → 20.822 (Oberkategorie)
- BSR Haarscherer 356 → 96
- Listing-Position: Seite 4 → Seite 1

Monat 2 · Tag 30–58

Ad Spend kontrolliert zurückgefahren

- Ad Spend linear auf 14 % des Ausgangswerts reduziert
- Absatz 244 Einheiten/Monat, Sales Velocity verlangsamt, kein Einbruch
- Testbericht als Quelle in KI-Antworten
- BSR Kosmetik 17.428 · Haarscherer 79

Monat 3 · Tag 59–87

Rang trägt ohne Werbedruck

- Ad Spend konstant bei 14 %
- Absatz 289 Einheiten/Monat
- BSR Kosmetik 15.821 · Haarscherer 66
- Retourenquote 10 %

Wirkung, Methodik und Grenzen

01 VERGLEICHBARKEIT

Gleichbleibende Konstanten im Angebot

Um die Wirkung der Zertifizierung beurteilen zu können, blieben die relevanten Angebotsbestandteile unangetastet. Die Entwicklung geht damit auf zwei Eingriffe zurück: die Zertifizierung und die spätere Budgetsteuerung.

Produktbilder, Titel, Bulletpoints	unverändert
Verkaufspreis	konstant über 90 Tage
Kampagnenstruktur	unverändert bis Tag 29
Sortiment	keine neuen Varianten

02 BESTSELLER-RANG

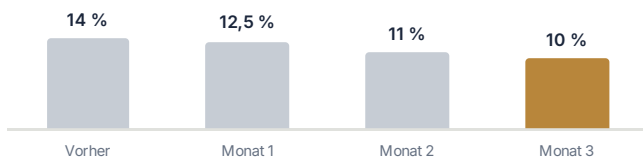
Rangentwicklung auf beiden Kategorieebenen

ZEITPUNKT	KOSMETIK Oberkategorie	HAARSCHERER Produktkategorie
Vor der Zertifizierung	37.072	356
Ende Monat 1	20.822	96
Ende Monat 2	17.428	79
Ende Monat 3	15.821	66

03 RETOURENQUOTE

Von 14 auf 10 Prozent

Wachsender Absatz senkt die Retourenquote normalerweise nicht. Hier fiel sie parallel — vier Prozentpunkte, rund ein Drittel weniger Rücksendungen je verkaufter Einheit. Der Testbericht benennt Leistung und Grenzen vor dem Kauf; Fehlkäufe aus falscher Erwartung entfallen.



04 WIRKUNGSWEGE

Vier Kanäle, eine Quelle

Der Testbericht ist die einzige Quelle über das Produkt, die der Händler nicht selbst kontrolliert. Genau deshalb zählt sie dort, wo das eigene Listing nicht zählt.

Marktplatz

Externe Bewertung im Listing, sichtbar vor dem Klick.

Suchmaschine

Indexierter Beitrag und Verlinkung als unabhängige Erwähnung.

KI-Antworten

Zitierbare Quelle, wenn Systeme eine Empfehlung belegen müssen.

Handel

Prüfbericht als Dokument für das Listungsgespräch.

05 METHODIK

Was gemessen wurde

Grundlage sind die Verkaufszahlen des Händlers und die öffentlich einsehbaren Bestseller-Ränge. Der Zeitraum umfasst 90 Tage ab Siegelvergabe im Januar 2026.

Werbekosten werden ausschließlich als Index ausgewiesen; der Ausgangswert entspricht 100. Zwischen den belegten Stützpunkten sind die Kurven interpoliert.

06 EINORDNUNG

Was diese Zahlen nicht zeigen

01 Keine isolierte Ursache

Marktplätze bewegen sich täglich. Saisonale Effekte lassen sich nicht vollständig ausschließen.

02 Keine Prognose

Drei Monate sind ein kurzer Beobachtungszeitraum.

03 Keine Übertragbarkeit auf Einzelwerte

Ein zweites Produkt derselben Kategorie kann anders reagieren.

04 Keine Aussage über die Note

Das Prüfergebnis stand vorher nicht fest und war nicht Gegenstand einer Vereinbarung.

DATENHINWEIS Ergebnisse eines einzelnen Kundenprojekts. Absolutwerte zu Werbekosten anonymisiert, relative Entwicklung dokumentiert und belegbar.

NÄCHSTER SCHRITT

Angebot anfordern

Über die Vorqualifizierung übermitteln Sie die Eckdaten Ihres Produkts und erhalten binnen 24 Stunden ein Angebot.

pruefmagazin.de/testsiegel →