



SENIC · AMAZON.DE · SMART HOME

23 % mehr Umsatz in 13 Tagen. Ein Bild. Kein Rabatt.

Am 15. Juli 2026 kam das Prüfwerk Qualitätssiegel auf die Hauptbilder von Senic, Hersteller kabelloser Lichtschalter für Philips Hue. Preis unverändert, Produkt unverändert, Werbebudget unverändert. Zwei Wochen später stehen 23 % mehr Umsatz in der Amazon Statistik.



+23,1 %

Umsatz

13 Tage nach vs. 13 Tage vor der Umstellung

+23,4 %

Verkaufte Einheiten

Mehr Stück bei praktisch gleichem Verkaufspreis

+8,8 %

Conversion Rate

Einheiten pro Sitzung, aus dem Amazon Business Report

-0,2 %

Ø Verkaufspreis

Der Zuwachs kommt nicht über den Preis

AUSGANGSLAGE

Senic ist etabliert, hat gute Bewertungen und saubere Listings. Trotzdem der klassische Amazon Engpass: Leute klicken auf das Produkt und kaufen dann doch beim Wettbewerber. Es fehlte der Beweis, dass die Qualität hält, was die Bilder versprechen.

MASSNAHME

Prüfung nach dem Prüfwerk Standard mit 20 Kriterien in fünf Bereichen. Ergebnis: Note 1,5, 88 von 100 Punkten, bestanden. Das Siegel wurde in der Nacht zum 15. Juli 2026 auf die Hauptbilder aller lieferbaren Varianten gesetzt. Sonst wurde nichts verändert.

ERGEBNIS

Der Traffic stieg leicht, die Kaufquote deutlich. Aus dem gleichen Besucherstrom wurden spürbar mehr Käufer. Auf der stärksten Variante lag der Umsatz nach zwei Wochen 45,9 % über dem Vergleichszeitraum.

Gleiches Produkt, gleicher Preis, gleiche Bewertungen. Der einzige Unterschied auf der Detailseite war ein sichtbarer Qualitätsnachweis im Hauptbild.

Datenquelle: Amazon Seller Central Business Reports, Detailseite Verkäufe und Traffic nach untergeordnetem Artikel. Vergleich 01.–13.07.2026 gegen 15.–27.07.2026, jeweils 13 Tage. Absolute Umsatzzahlen des Kunden werden bewusst nicht veröffentlicht.



Vorher gegen nachher

Alle lieferbaren geprüften Senic-Varianten zusammengefasst. Indexiert auf 100 für den Zeitraum vor der Umstellung, damit die Umsatzzahlen des Kunden vertraulich bleiben.

Kennzahl	01.–13.07.	15.–27.07.	Veränderung
Umsatz (Index)	100	123,1	+23,1 %
Verkaufte Einheiten (Index)	100	123,4	+23,4 %
Sitzungen (Index)	100	113,4	+13,4 %
Einheiten pro Sitzung	6,59 %	7,17 %	+8,8 %
Ø Verkaufspreis (Index)	100	99,8	-0,2 %
Buy-Box-Anteil	99,5 %	99,5 %	unverändert

+45,9 %

Die stärkste Einzelvariante

Umsatz plus 45,9 %, verkaufte Einheiten plus 46,2 %, bei nur 7,6 % mehr Besuchern. Die Kaufquote stieg von 6,90 % auf 9,38 %. Das ist der Effekt, den man sich von einem Qualitätsnachweis erhofft: nicht mehr Traffic, sondern weniger Zweifel.

Warum das funktioniert

1

Entscheidung in zwei Sekunden

In der Amazon Suche sieht der Käufer zuerst das Hauptbild. Ein Prüfsiegel wirkt genau dort, wo die Vorauswahl passiert, und nicht erst weit unten in der Beschreibung.

2

Nachweis statt Behauptung

Jeder schreibt Premiumqualität in seine Bullet Points. Eine Note, eine Punktzahl und eine prüfbare Lizenznummer sind etwas anderes als ein Werbeversprechen.

3

Höhere Marge, nicht nur Umsatz

Der Zuwachs kam ohne Preisnachlass und ohne zusätzliches Werbebudget. Jeder Zusatzverkauf trägt damit die volle Marge.

METHODIK UND TRANSPARENZ

- Datenquelle: Amazon Seller Central Business Reports des Kunden. Keine Schätzungen, keine Hochrechnungen.
- Zeitpunkt der Bildumstellung technisch belegt über die Zeitstempel der Amazon Bilddateien: Nacht zum 15.07.2026.
- Zwei gleich lange Zeiträume von je 13 Tagen. Der Umstellungstag selbst ist ausgeschlossen.
- Berücksichtigt sind alle geprüften Varianten, die durchgehend lieferbar waren. Zwischenzeitlich ausverkaufte Varianten sind ausgeschlossen, weil ihre Zahlen vom Lagerbestand bestimmt werden.
- Preis, Buy-Box-Anteil, Bewertungen und Werbebudget blieben unverändert.
- Zwei Wochen sind ein kurzer Zeitraum. Ein einzelner Fall ist keine Garantie für gleiche Ergebnisse.

Ihr Produkt hat die Qualität. **Fehlt nur der Beweis.**

Prüfung nach 20 Kriterien, Zertifikat, Prüfbericht und Siegel in allen Formaten für Hauptbild, A+ Content, Verpackung und Shop. In der Regel innerhalb weniger Werktage.