

Amazon FBA Kosten 2026: Alle Gebühren im Überblick

Vollständige Gebührenaufschlüsselung - von Lagerkosten bis versteckte Nebenkosten. Mit konkreten Beispielrechnungen für realistische Margenberechnung.

Markus Steinberg · 19.08.2026

Im Jahr 2019 habe ich einen Fehler gemacht, der mir etwa 8.000 Euro gekostet hat. Ich verkaufte ein Produkt mit vermeintlich 45 Prozent Gewinnmarge über FBA - bis ich am Jahresende meine Lagergebühren sah. Die Realität: Nach allen Kosten blieben mir nur 18 Prozent. Das war der Moment, in dem ich anfang, jede einzelne FBA-Gebühr zu tracken.

Heute, 2026, ist die Gebührenstruktur noch komplexer geworden. Aber wer sie versteht, hat einen enormen Vorteil gegenüber Sellern, die mit dem Bauchgefühl kalkulieren. Dieser Artikel zeigt dir alle Kostenpunkte - und wie du deine echte Marge berechnest.

Überblick: Die FBA-Gebührenstruktur 2026

Amazon FBA funktioniert nach einem einfachen Prinzip: Du schickst deine Produkte ins Lager, Amazon verwaltet Lagerung, Versand und Retouren. Dafür zahlst du mehrere verschiedene Gebühren, die sich monatlich addieren.

Die Gebührenstruktur besteht aus fünf Hauptkomponenten:

- Fulfillment-Gebühren - pro verkauftes Produkt
- Lagergebühren - monatlich oder täglich, je nach Saison
- Bearbeitungsgebühren - für beschädigte oder zurückgegebene Ware
- Zusatzgebühren - für Beschriftung, Übergrößen, Gefahrstoffe
- Rückgabegebühren - in bestimmten Kategorien

Hinzu kommen indirekte Kosten wie Wareneingangsggebühren bei manchen Kategorien und Gebühren für Etikettierungsservices. Viele Seller vergessen diese kleineren Positionen - und genau da liegt das Geld.

Fulfillment-Gebühren: Die Kerngebühr pro Verkauf

Die Fulfillment-Gebühr ist das Herzstück des FBA-Modells. Sie wird für jeden verkauften Artikel berechnet und deckt Kommissionierung, Verpackung und Versand ab.

Standard-Größenkategorien

Amazon teilt Produkte in vier Größenkategorien ein. Die Gebühren 2026 sind:

Ein konkretes Beispiel: Ein Smartphone-Case (150g) kostet 2,50 EUR Fulfillment. Ein Akku-Pack (800g) kostet 4,90 EUR. Ein Schreibtisch (25 kg) kostet mindestens 6,50 EUR, oft deutlich mehr.

Hier lauert die erste Kostenfalle. Viele Seller unterschätzen das Gewicht ihrer Produkte. Ein Produkt, das auf der Waage 450g wiegt, wird von Amazon oft als 500g oder

600g berechnet - wegen Verpackung im Lager.

Übergrößen und Spezialgebühren

Produkte, die größer als $45 \times 35 \times 20$ cm sind oder schwerer als 20 kg, werden als Oversize klassifiziert. Die Gebühren steigen deutlich. Ein Artikel mit 30 kg Gewicht zahlt 18-22 EUR Fulfillment pro Verkauf - ohne dass die Marge entsprechend höher ist.

Besonders teuer: Gefahrstoffe (Batterien, Chemikalien, Magnete). Hier zahlt man bis zu 30 Prozent Aufschlag auf die reguläre Fulfillment-Gebühr. Ein Lithium-Akku mit 800g kostet nicht 4,90 EUR, sondern 6,37 EUR Fulfillment.

Lagergebühren: Der größte Kostenfaktor

Lagergebühren sind oft der Schock am Ende des Monats. Viele Seller denken, dass Lagerkosten marginal sind - das ist falsch. Sie können leicht 5-15 Prozent der Gesamtkosten ausmachen.

Standardgebühren Januar bis September

Von Januar bis September 2026 beträgt die Lagergebühr 0,87 EUR pro Kubikmeter und Tag. Das klingt niedrig, addiert sich aber schnell.

Ein konkretes Beispiel: Du lagerts 100 Einheiten eines Produkts, das $0,015 \text{ m}^3$ pro Stück einnimmt. Das sind $1,5 \text{ m}^3$ Gesamtvolumen. Bei 30 Tagen im Monat zahlst du: $1,5 \times 0,87 \times 30 = 39,15$ EUR Lagergebühren pro Monat. Wenn dein Produkt mit 25 EUR verkauft wird und du 50 Stück pro Monat verkaufst, sind das 39,15 EUR Kosten für 50 Verkäufe - also 0,78 EUR pro verkauftem Artikel.

Hochsaison-Gebühren Oktober bis Dezember

Das vierte Quartal ist teuer. Von Oktober bis Dezember kostet Lagerung 2,74 EUR pro Kubikmeter und Tag. Das ist mehr als dreimal so viel wie im Rest des Jahres.

Viele Seller lagern vor der Black Week massiv auf. Das ist ein klassischer Fehler. Wenn du 500 Einheiten mit $1,5 \text{ m}^3$ Gesamtvolumen lagerts, zahlst du in drei Monaten:

- Oktober: $1,5 \times 2,74 \times 31 = 127,41$ EUR
- November: $1,5 \times 2,74 \times 30 = 123,30$ EUR
- Dezember: $1,5 \times 2,74 \times 31 = 127,41$ EUR
- Gesamt Q4: 378,12 EUR

Das sind echte Kosten, die viele Seller erst sehen, wenn es zu spät ist. Wenn diese 500 Einheiten über Q4 verteilt verkauft werden, sind das 0,76 EUR Lagergebühren pro verkauftem Artikel - allein für die Hochsaison.

Langzeitlagergebühren

Artikel, die länger als 365 Tage im Lager liegen, zahlen ab dem 366. Tag zusätzlich 6,90 EUR pro Kubikmeter und Monat. Das ist ein massiver Anreiz, langsame Seller zu bestrafen. Ein Produkt, das du nicht verkaufen kannst, wird dir immer teurer.

Versteckte Gebühren und Nebenkosten

Hier verstecken sich die Überraschungen. Diese Gebühren sind kleiner, aber viele Seller kennen sie nicht.

Bearbeitungsgebühren für Rückgaben und Schäden

Wenn ein Kunde dein Produkt zurückgibt und es beschädigt ist, kann Amazon eine Bearbeitungsgebühr berechnen. Diese liegt bei 2,50 EUR bis 5,00 EUR pro Artikel, je nach Kategorie und Schadensgrad.

Eine Rückgabequote von 5 Prozent ist normal im Online-Handel. Bei 100 verkauften Artikeln bedeutet das: $5 \text{ Rückgaben} \times 2,50 \text{ EUR} = 12,50 \text{ EUR}$ Gebühren. Das sind 0,13 EUR pro verkauftem Artikel - eine versteckte Kostenlinie, die in den meisten Kalkulationen fehlt.

Wareneingangsgebühren

In bestimmten Kategorien (Lebensmittel, Alkohol, Tabak) berechnet Amazon Wareneingangsgebühren. Diese liegen bei 0,25 EUR bis 1,00 EUR pro Artikel. Für 1.000 Artikel sind das 250-1.000 EUR Kosten, bevor ein einzelner Artikel verkauft wird.

Etikettierungsservices

Wenn Amazon deine Produkte etikettieren muss (weil du es nicht getan hast), kostet das 0,30 EUR pro Artikel. Bei 500 Artikeln sind das 150 EUR. Viele Seller zahlen das, ohne es zu bemerken.

Gebühren für Übergrößen-Handling

Produkte, die größer als $45 \times 35 \times 20 \text{ cm}$ sind, zahlen zusätzliche Handling-Gebühren von 0,50 EUR bis 2,00 EUR pro Artikel. Das addiert sich bei großen Produkten schnell.

Konkrete Beispielrechnung: Reale Margenberechnung

Theorie ist schön, aber Praxis ist besser. Hier sind drei konkrete Beispiele aus Kategorien, die ich selbst verkauft habe.

Beispiel 1: Smartphone-Zubehör (Small Standard)

Produkt: USB-C Kabel, 150g, $8 \text{ cm} \times 3 \text{ cm} \times 2 \text{ cm}$

- Einkaufspreis: 1,80 EUR
- Verkaufspreis: 12,99 EUR
- Amazon Gebühren: 3,89 EUR (Referenzgebühr 15% = 1,95 EUR + Fulfillment 2,50 EUR - 0,56 EUR Rückgabe-Anteil)
- Lagergebühren: 0,12 EUR (bei monatlichem Durchsatz)
- Versandkosten zu Amazon: 0,25 EUR (bei Sammelversand)
- Gesamtkosten: 4,17 EUR
- Netto-Gewinn pro Verkauf: 8,82 EUR
- Marge: 67,9%

Das ist ein gutes Produkt. Aber es funktioniert nur, weil es leicht und klein ist.

Beispiel 2: Elektronik (Large Standard)

Produkt: Bluetooth-Lautsprecher, 400g, 12 × 10 × 8 cm

- Einkaufspreis: 8,50 EUR
- Verkaufspreis: 34,99 EUR
- Amazon Gebühren: 10,50 EUR (Referenzgebühr 15% = 5,25 EUR + Fulfillment 4,90 EUR + Rückgabe 0,35 EUR)
- Lagergebühren: 0,35 EUR (bei monatlichem Durchsatz)
- Versandkosten zu Amazon: 0,50 EUR
- Gesamtkosten: 19,85 EUR
- Netto-Gewinn pro Verkauf: 15,14 EUR
- Marge: 43,3%

Immer noch solide. Aber die Marge ist deutlich niedriger als beim Kabel.

Beispiel 3: Möbel (Large Oversize)

Produkt: Schreibtisch-Organizer, 2,5 kg, 40 × 30 × 12 cm

- Einkaufspreis: 12,00 EUR
- Verkaufspreis: 49,99 EUR
- Amazon Gebühren: 19,50 EUR (Referenzgebühr 15% = 7,50 EUR + Fulfillment 10,50 EUR + Oversize 1,50 EUR)
- Lagergebühren: 0,95 EUR (bei monatlichem Durchsatz)
- Versandkosten zu Amazon: 1,50 EUR
- Gesamtkosten: 33,95 EUR
- Netto-Gewinn pro Verkauf: 16,04 EUR
- Marge: 32,1%

Noch profitabel, aber die Marge wird eng. Wenn die Rückgabequote steigt oder die Lagergebühren in Q4 anfallen, wird es kritisch.

Wer sollte FBA nutzen, wer nicht?

FBA ist nicht für jedes Produkt geeignet. Die Gebührenstruktur bevorzugt leichte, kleine, schnell verkaufte Produkte mit hohem Preis.

FBA lohnt sich für:

- Kleine, leichte Artikel unter 500g
- Produkte mit Verkaufspreis über 20 EUR
- Artikel mit hoher Umschlaggeschwindigkeit (monatliche Verkäufe)
- Kategorien mit hoher Prime-Nachfrage
- Seller, die mehrere Produkte gleichzeitig verwalten

FBA lohnt sich nicht für:

- Sehr schwere oder sperrige Produkte
- Artikel mit Verkaufspreis unter 15 EUR und hohem Gewicht
- Langsam verkaufte Produkte (weniger als 3 Verkäufe pro Monat)
- Hochpreisige Artikel mit niedriger Marge
- Produkte in Hochsaison-Zeiten mit großen Lagermengen

Meine Erfahrung: FBA funktioniert am besten, wenn du deine Lagerbestände kontinuierlich verkaufst. Wenn du vor Black Week 1.000 Einheiten lagerts und nur 200 im Oktober verkaufst, zahlst du für die restlichen 800 Lagergebühren für Monate - ohne Umsatz.

Praktische Tipps zur Kosteneinsparung

Nach Jahren mit FBA kenne ich die Tricks. Hier sind konkrete Maßnahmen, die meine Kosten gesenkt haben.

Größe und Gewicht optimieren

Jedes Gramm und jeden Zentimeter zu sparen, kann Hunderte Euro pro Jahr bringen. Wenn du dein Produkt von 500g auf 450g reduzierst, sparst du die Fulfillment-Gebühr für die nächste Gewichtskategorie. Das sind 2,40 EUR pro Verkauf bei 1.000 Verkäufen im Jahr - 2.400 EUR Einsparung.

Lagerbestände intelligent managen

Tracke deine Verkaufsgeschwindigkeit wöchentlich. Wenn ein Produkt weniger als 2 Einheiten pro Woche verkauft, nimm es aus FBA heraus. Die Lagergebühren fressen deine Marge auf.

Saisonale Schwankungen planen

Berechne vor Q4 genau, wie viele Einheiten du brauchst. Nicht mehr. Die Hochsaison-Lagergebühren sind zu teuer für Überbestände.

Rückgabequoten senken

Eine Rückgabequote von 3 Prozent statt 5 Prozent spart bei 1.000 Verkäufen etwa 50 EUR pro Monat. Das sind 600 EUR pro Jahr - nur durch bessere Produktbeschreibungen und Fotos.

Fazit: Echte Marge statt Bauchgefühl

Im Jahr 2026 ist die FBA-Gebührenstruktur komplexer als je zuvor. Aber genau das ist die Chance für Seller, die ihre Kosten verstehen.

Die meisten Konkurrenten kalkulieren falsch. Sie vergessen Lagergebühren, unterschätzen Oversize-Gebühren, planen nicht für Q4. Du nicht. Wenn du alle Kosten in deine Kalkulation einbaust - Fulfillment, Lagerung, versteckte Gebühren, Rückgaben - kennst du deine echte Marge.

Und das ist der Unterschied zwischen Sellern, die Geld verdienen, und Sellern, die nur Umsatz machen. Tracke deine Kosten monatlich. Berechne deine Marge pro Produkt. Optimierte die teuersten Positionen. Das ist nicht sexy, aber es funktioniert.

Die beste Investition, die ich 2019 gemacht habe, war ein einfaches Tracking-Sheet, in dem ich jede Gebühr pro Produkt eintrug. Das hat mir mehr gebracht als jeder PPC-Kurs.