

Private Label vs. Arbitrage bei Amazon: Welcher Weg passt wirklich zu dir?

Zwei Amazon-Geschäftsmodelle im direkten Vergleich - Startkapital, Aufwand und echte Gewinnchancen

Jana Kowalski · 25.08.2026

Der Klassiker: Ich kaufe zu klein, verkaufe zu groß

Es war Anfang 2021, als ich einen Seller kennengelernt habe, der mit Arbitrage startete. Er fuhr jeden Samstag zu MediaMarkt und Saturn, durchsuchte die Clearance-Regale, und kaufte Elektronik zum halben Preis ein. Was er nicht sofort verkaufte, landete bei eBay - was übrig blieb, bei Amazon. Nach sechs Monaten hatte er knapp 3.000 Euro reinvestiert und verdiente etwa 400 Euro monatlich. Das klingt nach wenig, war für ihn aber der Einstieg, den er brauchte.

Arbitrage ist das intuitivste Geschäftsmodell: Du findest ein Produkt billig, verkaufst es teurer, kassierst die Differenz. Keine Entwicklung, keine Lieferanten aus Asien, keine Markenaufbau-Fantasien. Nur Kaufkraft, Geduld und ein scharfes Auge für Preisspannen. Deshalb starten viele Anfänger damit - und deshalb ist es auch das am häufigsten missverstandene Modell.

Was ist Arbitrage wirklich? (Und was nicht)

Es gibt zwei Arten von Arbitrage, die oft durcheinander geworfen werden:

- Retail Arbitrage: Du kaufst in lokalen Läden ein (Saturn, Media Markt, Kaufland, Baumarkt) und verkaufst auf Amazon. Die Ware ist original, der Preis unterscheidet sich regional oder saisonal.
- Online Arbitrage: Du kaufst auf Websites wie eBay, Aliexpress oder speziellen Clearance-Portalen ein und verkaufst auf Amazon weiter. Hier sind oft Großmengen-Rabatte oder Überschussware der Grund für die Spanne.

Beide Modelle haben eine Gemeinsamkeit: Der Kaufpreis bestimmt deine Gewinnmarge, nicht deine Marke oder dein Marketing. Das ist gleichzeitig der größte Vorteil und das größte Risiko.

Private Label: Die längere, aber solidere Route

Private Label bedeutet: Du entwickelst ein Produkt (oder lässt es entwickeln), packst deine Marke drauf, und verkaufst es exklusiv über Amazon oder auch über andere Kanäle. Der Klassiker ist der Kunststoff-Organizer für Kühlschränke, das ergonomische Mauspad oder der verbesserte Türstopper. Millionen dieser Produkte werden jährlich bei Amazon verkauft - nicht weil sie revolutionär sind, sondern weil jemand bemerkt hat, dass es einen Markt dafür gibt.

2021 startete ich selbst mit einem Private-Label-Projekt im Bereich Haushaltszubehör. Ich brauchte 8.000 Euro für die erste Charge (MOQ bei meinem Lieferanten in Hangzhou), zwei Monate Entwicklungszeit, und etwa 200 Stunden für Produktfotos, Listings und PPC-Kampagnen. Nach fünf Monaten hatte ich die Investition wieder rein. Nach einem

Jahr verdiente das Produkt etwa 800 Euro monatlich - nicht bombastisch, aber stabil und skalierbar.

Die vier Kernunterschiede

1. Startkapital und Hürden

Arbitrage: 500 bis 2.000 Euro reichen zum Starten. Du brauchst keine MOQ (Mindestbestellmenge), keine Lieferantenverhandlungen, keine Zollpapiere. Du gehst einfach in den nächsten Baumarkt und fängst an.

Private Label: 5.000 bis 15.000 Euro für ein seriöses Projekt. Die MOQ liegt bei den meisten chinesischen Lieferanten bei 500-1.000 Stück. Zoll, Versand nach Deutschland, Lagerhaltung - das alles kostet. Wenn du eine etablierte Marke aufbauen willst (mit eigenem Logo, Custom Packaging), verdoppelt sich das Budget schnell.

2. Zeitaufwand pro Woche

Arbitrage verlangt aktiven Input: Du musst einkaufen, Preise monitoren, Konkurrenz beobachten, Listings optimieren. Ich kenne Arbitrage-Seller, die 15-20 Stunden pro Woche investieren und dabei 800-1.200 Euro verdienen. Das ist ein besserer Stundenlohn als viele Jobs - aber es ist aktive Arbeit, keine passive.

Private Label: Am Anfang sind es 25-40 Stunden pro Woche. Du machst Marktforschung, arbeitest mit Lieferanten, debuggst Fotos, schreibst Listings. Nach Monaten 3-6 sinkt der Aufwand auf 5-8 Stunden pro Woche, weil die Maschine läuft. Das ist der große Unterschied: Private Label wird skalierbar, Arbitrage bleibt manuell.

3. Skalierbarkeit und Deckelung

Arbitrage hat eine harte Deckelung: Du kannst nur so viel kaufen, wie du Kapital und Zeit hast. Wenn du 2.000 Euro pro Monat verdienst, dann weil du 50 Stunden pro Woche arbeitest und dein ganzes Ersparnis gebunden ist. Um auf 4.000 Euro zu kommen, musst du dich verdoppeln - mehr Einkäufe, mehr Zeit, mehr Risiko. Das ist lineare Skalierung oder gar keine.

Private Label: Nach dem ersten Quartal startest du mit einer neuen SKU (Stock Keeping Unit). Mit Monat 6-9 laufen zwei Produkte nebeneinander. Mit Monat 12 sind es drei. Jedes läuft mit minimaler Betreuung. Ich kenne Seller, die nach zwei Jahren mit 12 SKUs arbeiten und 15.000 Euro monatlich verdienen - ohne dass sie mehr als 30 Stunden pro Woche investieren. Das ist exponentielle Skalierung.

4. Risiken und Fallstricke

Arbitrage-Risiken: Preisverfall ist das Killer-Szenario. Du kaufst einen Artikel für 15 Euro, willst ihn für 35 Euro verkaufen - aber plötzlich pusht ein großer Seller den Preis auf 22 Euro. Deine Ware bleibt liegen. Ich habe Seller gesehen, die Bestände von 50-100 Stück nicht mehr losbekommen und einen Totalverlust hatten. Dazu: Saisonalität ist brutal. Winterdeko im Mai zu kaufen ist eine Wette. Und: Amazon kann jederzeit Rückgaben oder Beschwerden auslösen - wenn die Ware nicht exakt wie beschrieben ist, bist du schnell in der Defensive.

Private Label-Risiken: Das größte Risiko ist Investition ohne Nachfrage. Du produzierst 1.000 Stück eines Produkts, das sich nicht verkauft. Das ist ein Totalverlust von 5.000-8.000 Euro. Markenrechte sind ein zweites Risiko - wenn du einen etablierten Namen kopierst oder zu nah dran bist, kann Amazon dein Listing sperren. Und: Konkurrenz wird dich kopieren. Wenn dein Organizer-Produkt läuft, werden andere Seller die gleiche Ware bei dem gleichen chinesischen Lieferanten bestellen und unterbieten dich. Das ist kein Fehler - das ist der Markt.

Die ehrliche Vergleichstabelle

Welcher Ansatz passt zu deiner Situation?

Du solltest mit Arbitrage starten, wenn:

- Du weniger als 3.000 Euro Startkapital hast. Ehrlich: Private Label funktioniert mit weniger Geld, aber es wird knapp.
- Du schnelle Gewinne brauchst. Wenn du in 4 Wochen 500 Euro verdienen musst, weil es finanzielle Gründe gibt, ist Arbitrage der einzige realistische Weg.
- Du noch nicht sicher bist, ob Amazon der richtige Kanal für dich ist. Arbitrage ist ein niedriger-Risiko-Test. Wenn es dir nicht liegt, hast du nicht viel verloren.
- Du lokal gut vernetzt bist. Wenn du Kontakte zu Läden, Großhändlern oder B2B-Clearance-Portalen hast, ist Arbitrage dein Vorteil.
- Du nicht bereit bist, mit chinesischen Lieferanten zu verhandeln. Ja, das ist ein echtes Hindernis für manche Menschen. Arbitrage umgeht das komplett.

Du solltest mit Private Label starten, wenn:

- Du 6.000+ Euro Kapital hast und bereit bist, es 3-6 Monate zu binden. Das ist keine Strafe - das ist der Preis für Skalierbarkeit.
- Du langfristig denkst. Wenn du in zwei Jahren 10.000 Euro monatlich verdienen willst, ist Arbitrage nicht der Weg. Private Label ist.
- Du Verhandlungsgeschick hast oder lernen willst. Lieferantenmanagement ist eine Skill - und sie lohnt sich.
- Du bereit bist, dich zwei bis drei Monate lang zu langweilen. Private Label hat eine lange Vorproduktionsphase. Du machst Dinge, die keinen sofortigen Gewinn bringen. Das psychologisch auszuhalten ist wichtig.
- Du ein bestehendes Netzwerk oder eine Zielgruppe hast. Wenn du eine E-Mail-Liste oder Social-Media-Follower hast, wird Private Label viel schneller profitabel.

Das Hybrid-Modell: Die kluge Kompromisslösung

Ich habe lange überlegt, ob ich diesen Punkt reinschreibe - weil er offensichtlich ist, aber trotzdem viele Seller ignorieren. Die beste Strategie ist oft: Starten mit Arbitrage, parallel Private Label aufbauen.

Praktisch sieht das so aus: Monat 1-2 machst du Arbitrage, verdienst 400-600 Euro und sammelst Kapital. Gleichzeitig (ja, gleichzeitig) fängst du an, Private-Label-Produkte zu recherchieren. Monat 2-3 platzierst du deine erste Private-Label-Bestellung (2.000-3.000 Euro). Monat 4-6 läuft die Private-Label-Ware durch Produktion und Versand, während du weiter Arbitrage machst. Monat 7 lädt deine erste SKU auf Amazon

- und jetzt hast du zwei Einnahmequellen parallel.

Der Vorteil: Du reduzierst das Risiko. Wenn Private Label flop geht, läuft Arbitrage noch. Wenn Arbitrage langsam wird (weil du weniger Zeit hast), generiert Private Label schon Gewinn. Und psychologisch: Du sitzt nicht untätig herum und wartest auf die erste Produktion - du machst parallel echte Umsätze.

Die versteckte Wahrheit: Beide Modelle sind schwächer als Anfänger denken

Ich muss ehrlich sein: Weder Arbitrage noch Private Label sind Geldmaschinen. Das Internet ist voll von Leuten, die beide Modelle als "passives Einkommen