



<https://biz.li/50g7>

WARUM DIE AMF GMBH ALS DEUTSCHER HERSTELLER VON TEMU PROFITIERT

Veröffentlicht am 17.03.2025 um 15:02 von Redaktion AltkreisBlitz

Seit 2010 hat sich Marcus Fochler einen Namen bei der Herstellung hochwertiger Vliesstoffe gemacht. Das von ihm geführte Familienunternehmen AMF Creation GmbH aus Lehrte machte sich zunächst mit Sensalux, einer wasserabweisenden, wiederverwendbaren Tischdecken-Marke, einen Namen. Im Laufe der Zeit expandierte das Unternehmen im Bereich der Haus- und Gartenprodukte und konzentrierte sich dabei auf praktische, langlebige Lösungen. Fochler erlebte den Aufstieg des E-Commerce und erschloss sich neue Vertriebswege. Trotz des ausgezeichneten Rufs seiner Produkte hatte die AMF Creation GmbH mit einem harten Wettbewerb, steigenden Werbekosten und sinkenden Absatzzahlen zu kämpfen. Die Wende kam, als sich Markus Fochler für einen neuen strategischen Vertriebspartner entschloss: Temu.



Marcus Fochler, CEO der AMF Creation

Absatzflaute trotz zufriedener Kunden und E-Commerce

Über die Jahre perfektionierte die AMF Creation GmbH ihre Produktionsprozesse, was zu einer hohen Kundenzufriedenheit führte. Produkte wie Sensalux waren wegen ihrer Langlebigkeit und Wiederverwendbarkeit sehr beliebt. "Wir waren schon immer produktionsorientiert", sagt Marcus Fochler. "Aber da sich der digitale Markt so schnell entwickelt, war es eine echte Herausforderung, mit den neuen Vertriebskanälen Schritt zu halten." Denn der Einzelhandelsmarkt befindet sich in einem Umbruch. Allein im Jahr 2024 stieg laut dem Statistischen Bundesamt die Zahl der Deutschen, die online einkaufen, auf 52 Millionen. Obwohl die AMF Creation GmbH die neuen Online-Marktplätze nutzte, stagnierte der Absatz bei hoher Kundenzufriedenheit. "Wir wussten, dass unsere Produkte großartig waren, aber die Verkäufe stiegen nicht mehr so wie früher und wir konnten nicht herausfinden, warum", sagt Fochler.

Neue Wege, neue Erfolge: AMF Creation GmbH erobert den Markt mit Temu

Die AMF Creation GmbH sah sich einem harten Wettbewerb und steigenden Werbekosten bei gleichzeitig sinkenden Besucher- und Umsatzzahlen gegenüber. Der Wendepunkt kam, als Fochler beschloss, seine Produkte auf Temu anzubieten. Der Online-Marktplatz wurde 2023 in Deutschland eingeführt und steht für erschwingliche Produkte, indem es die Lieferketten rationalisiert und unnötige Kosten einspart. Zu Fochlers Überraschung stiegen die Verkaufszahlen von Sensalux innerhalb weniger Wochen nach dem Start auf Temu sprunghaft an. Neue Kunden, die zuvor noch nie von der AMF Creation GmbH gehört hatten, gaben positive Bewertungen ab, lobten die Qualität und die praktische Anwendbarkeit der Produkte. "Es stellte sich heraus, dass nicht die Produkte das Problem waren, sondern der Ort, an dem sie verkauft wurden", sagte Marcus Fochler.

Zugutekam der AMF Creation GmbH, dass der Algorithmus von Temu Produkte mit hoher Kundenzufriedenheit und niedrigen Rückgabequoten fördert. Durch die mittlerweile hohe Marktdurchdringung bei gleichzeitig geringen Werbekosten wuchs Temu zum wichtigsten E-Commerce-Kanal für die AMF Creation GmbH in Europa. Zusätzliches Wachstumspotenzial bietet der Online-Marktplatz nicht nur durch 17 Millionen deutsche Nutzer, sondern auch durch über 90 potenzielle

Zielmärkte weltweit.

Dank neuem Strategiepartner: Daten statt Raten

Als Fochler die Nachfolge seines Vaters antrat, traf er die Entscheidung, Temu nicht nur als Vertriebskanal zu nutzen, sondern als strategischen Wachstumspartner. Überzeugt hat ihn die Möglichkeit, mit Echtzeit-Analysen seine E-Commerce-Strategie und die Expansion in neue Zielmärkte effektiv voranzutreiben. "Anstatt zu raten, was die Kunden wollen, haben wir jetzt Daten, die uns bei unseren Entscheidungen helfen", so Fochler. "Wenn etwas nicht funktionierte, konnten wir sofort umschwenken. Diese Art von Flexibilität war genau das, was wir brauchten."

Langzeitstrategie auf Basis von Feedback, Produktempfehlungen und Wachstum

Die Pandemie verschaffte der AMF Creation GmbH einen vorübergehenden Umsatzschub, da die Nachfrage nach Haus- und Gartenprodukten in die Höhe schnellte. Aber Fochler wusste, dass dieser Anstieg nicht von Dauer sein würde. "Wir hatten Glück", sagt er. "Aber danach verlangsamte sich das Wachstum und wir benötigten eine langfristige Strategie." Jetzt plant die AMF Creation GmbH, seinen Betrieb zu vergrößern, neue Produktlinien einzuführen und international zu expandieren. Bei der Strategie setzt Fochler weiterhin auf Temu. Als AMF im September 2024 zu Temu stieß, gab es anfänglich einige Bedenken. Immerhin betiteln deutsche Hersteller Temu als den Untergang der deutschen Manufaktur. Marcus Fochler war jedoch beeindruckt von der Schnelligkeit, mit der die Plattform Ergebnisse lieferte, und zeigte damit, dass deutsche Hersteller nicht gegen den chinesischen Online-Marktplatz arbeiten müssen, sondern ihn erfolgreich für sich nutzen können. Mit dieser Erkenntnis steht er nicht alleine: Die Stiftung Warentest hat Temu in einer Untersuchung von sieben Online-Marktplätzen in Bezug auf Produktqualität, Datenverarbeitung und Einkaufserlebnis mit "sehr gut" bewertet.