

Pricing Lab 5.0 (2017)

Der unaufhaltsame Aufstieg von Amazon: Wie Amazon Prime unsere Konsumententscheidungen beeinflusst

Bonn, Juni 2017

Verantwortlich:

Prof. Dr. Andreas Krämer
exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com

Johannes Hercher
Rogator AG
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100550
Fax: +49 (0) 911 8100570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Pricing Lab 5.0“ – Der unaufhaltsame Aufstieg von Amazon



Methodischer Ansatz

- Nutzung eines **Online-Access-Panels** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=520** Personen, die zu unterschiedlichen Entscheidungen in Kaufprozessen befragt werden.
- Dauer der Befragung: ca. **16 Minuten**. Die Interviews erfolgten im März 2017.
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
 - A. Experimente zur Preiswahrnehmung,
 - B. Mobilität / Airlines,
 - C. Einkauf im Lebensmitteleinzelhandel,
 - D. Amazon und Amazon Prime und
 - E. Multi-Channel-Pricing.
- Der Datensatz wurde auf Bevölkerungsstrukturen (18+ Jahre) **gewichtet**.

Kernergebnisse: Amazon/Amazon Prime

- Gegenüber 2016 ist in der aktuellen Erhebung ein **Wachstum** bei Amazon-Prime-Kunden zu verzeichnen. Insgesamt baut Amazon seine **Kundenbasis** aus.
- 33 % der Amazon-Kunden in Deutschland sind auch **Prime-Kunden** – bei einem Viertel startete die Mitgliedschaft vor weniger als 1 Jahr. **Top-Nutzungen** betreffen „Gratis-Premiumversand“ (74 %), „Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Video“ (62 %) bzw. „Amazon Prime Instant Music“ (54 %).
- Weiterhin ergeben sich positive **Kundenbindungseffekte** von Amazon Prime. Trotz der starken Preissteigerung von mehr als 40 % ist das Kündigungsrisiko insgesamt vergleichsweise gering.

Konkrete Untersuchungsgegenstände und Fragestellungen zur Studie „Pricing Lab 5.0“



Themenbereiche

Einzelne Fragestellungen

Experimente zur Preiswahrnehmung

- Welche Elemente der Preiswerbung sind in der Lage, die **Preiswahrnehmung** deutlich zu verändern? Zeigen sich produktspezifische Unterschiede?
- Wie **robust** ist das **Preisimage** insgesamt? Lassen sich die Effekte des **verhaltensbasierten Pricing** anhand konkreter Preisanzeigen reproduzieren?

Mobilität / Airlines

- Wie hoch ist der **Bekanntheits-** und **Nutzungsgrad** der wichtigsten Airlines in Deutschland, insbesondere im Vergleich der Lufthansa mit Low-Cost-Airlines?
- Worin liegt der USP von **Ryanair**? Wie unterscheidet sich Ryanair in Hinblick auf den Net Promoter Score von seinen Wettbewerbern?

Einkauf im Lebensmittel-einzelhandel

- Wie beurteilen die Verbraucher Marktführer **Edeka** hinsichtlich unterschiedlicher Preis- und Angebotsfacetten im Vergleich zu den Hauptwettbewerbern?
- Welches LEH-Unternehmen wird bei wichtigen Leistungscharakteristika als „**Best in Class**“ gesehen? Wie stark präferieren die Verbraucher Bio-Produkte?

Amazon und Amazon Prime

- In welchen Punkten bietet Amazon aus Sicht der Verbraucher eine überlegene Leistung und welche **spezielle Rolle** spielt dabei der **Preis**?
- Wie sind die Effekte der Preissteigerung beim Service Amazon Prime (+40 %) auf die Kundenhaltbarkeit zu beurteilen?

Fokus des Papers

Multi-Channel-Pricing

- Welche Muster sind in punkto **Such-** und **Kaufprozesse** aus Kundensicht zu identifizieren? Wie stark getrennt sind die Online- und Offline-Vertriebskanäle?
- Welche Rolle spielen die Versandkosten im Rahmen des **Multi-Channel-Pricing** aus Verbrauchersicht?



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Veränderte Preisgestaltung bei Amazon Prime: 40 % Preissteigerung ab 2017

Preissteigerung bei Amazon Prime 2017

Amazon kündigt Preiserhöhung für Amazon Prime an

München - Der Abo-Service Amazon Prime wird teurer. Der Versandhändler Amazon hat angekündigt, dass der Jahrespreis von 49 auf 69 Euro steigen wird. Die Erhöhung gilt für Neukunden ab dem 1. Februar kommenden Jahres und für aktuelle Nutzer bei der Verlängerung vom 1. Juli 2017 an, wie Amazon am Dienstag ankündigte. Außerdem gibt es künftig die Möglichkeit, Prime monatlich für 8,99 Euro zu abonnieren.

Nachrichten / Internet



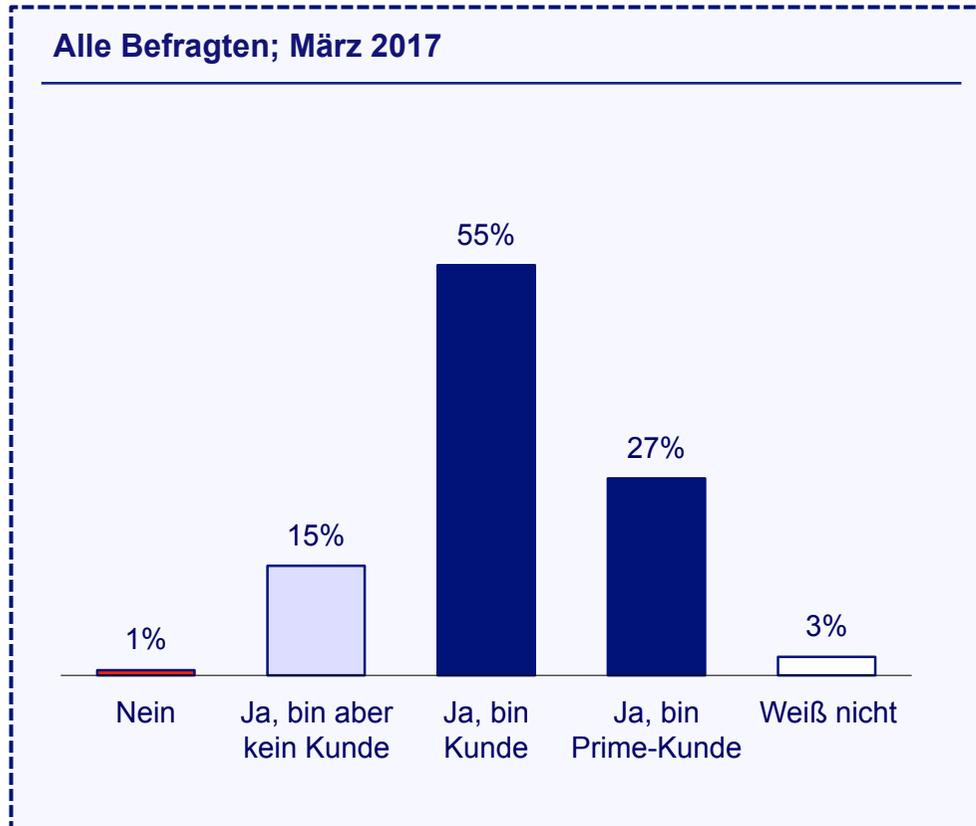
Quelle: Verivox.de

Der Erfolg von Prime

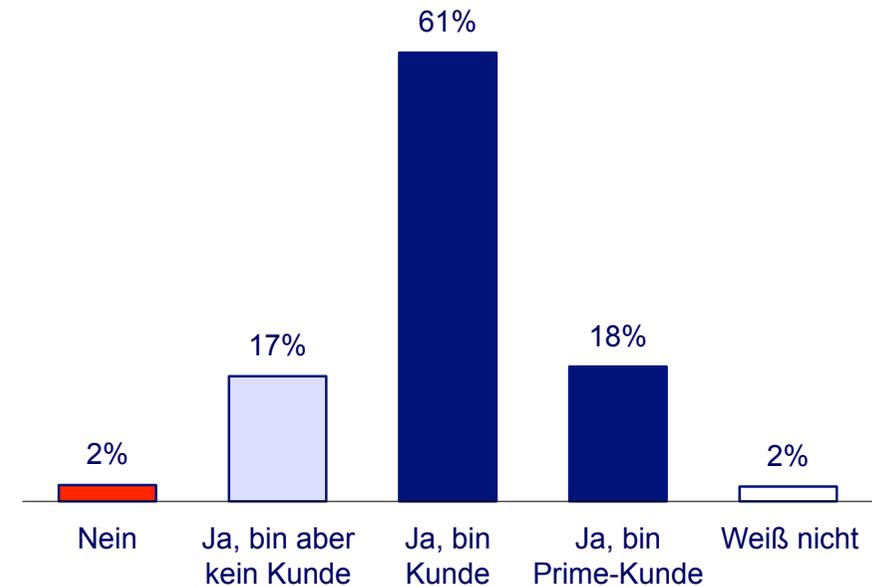
- Der Prime-Service ist für Amazon ein wichtiges Element zur Kundenbindung. In dem Abo gibt es unter anderem eine schnelle kostenlose Lieferung zum Teil bereits am selben Tag sowie den Zugang zu Filmen, TV-Sendungen und Musik.
- Zugleich stiegen mit dem Ausbau des Angebots und der Versandmöglichkeiten auch die Kosten. In den USA hob Amazon den Preis 2014 von 79 auf 99 Dollar pro Jahr an.
- In Deutschland kostete Prime bei der Einführung 2007 mit lediglich kostenlosem Versand 29 EUR jährlich und verteuerte sich mit dem Ausbau des Angebots auf 49 EUR. Die Erhöhung auf jetzt 69 EUR gilt für Neukunden ab dem 1.2.17 sowie für bestehende Kunden bei der Abo-Verlängerung vom 1.7.17 an.

Gegenüber 2016 ist in der aktuellen Erhebung ein Wachstum bei Amazon-Prime-Kunden zu verzeichnen

Bekanntheit und Nutzung von Amazon (Befragte in %)¹)



Alle Befragten; Juli 2016



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

Amazons Kundenquote ist je nach Altersklasse unterschiedlich: Höchste Kundenquote und höchste Amazon Prime-Abo-Quote bei < 30 Jahren

Bekanntheit und Nutzung von Amazon nach Altersklasse¹⁾

Bekanntheit und Nutzung von Amazon	< 30 Jahre	30 - 59 Jahre	60+ Jahre	Gesamt
Nein, ich kannte Amazon bis zu dieser Online-Befragung nicht	0%	0%	2%	1%
Ja, bin aber kein Kunde / bin nicht registriert	4%	14%	21%	15%
Ja, bin registrierter Kunde	50%	52%	63%	56%
Ja, bin Prime-Kunde	42%	31%	13%	27%
Weiß nicht	4%	3%	0%	2%
Gesamt	100%	100%	100%	100%

1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Amazons Kundenquote ist bei mittlerem und höheren Haushaltsnettoeinkommen erhöht

Bekanntheit und Nutzung von Amazon nach Einkommensklassen¹⁾

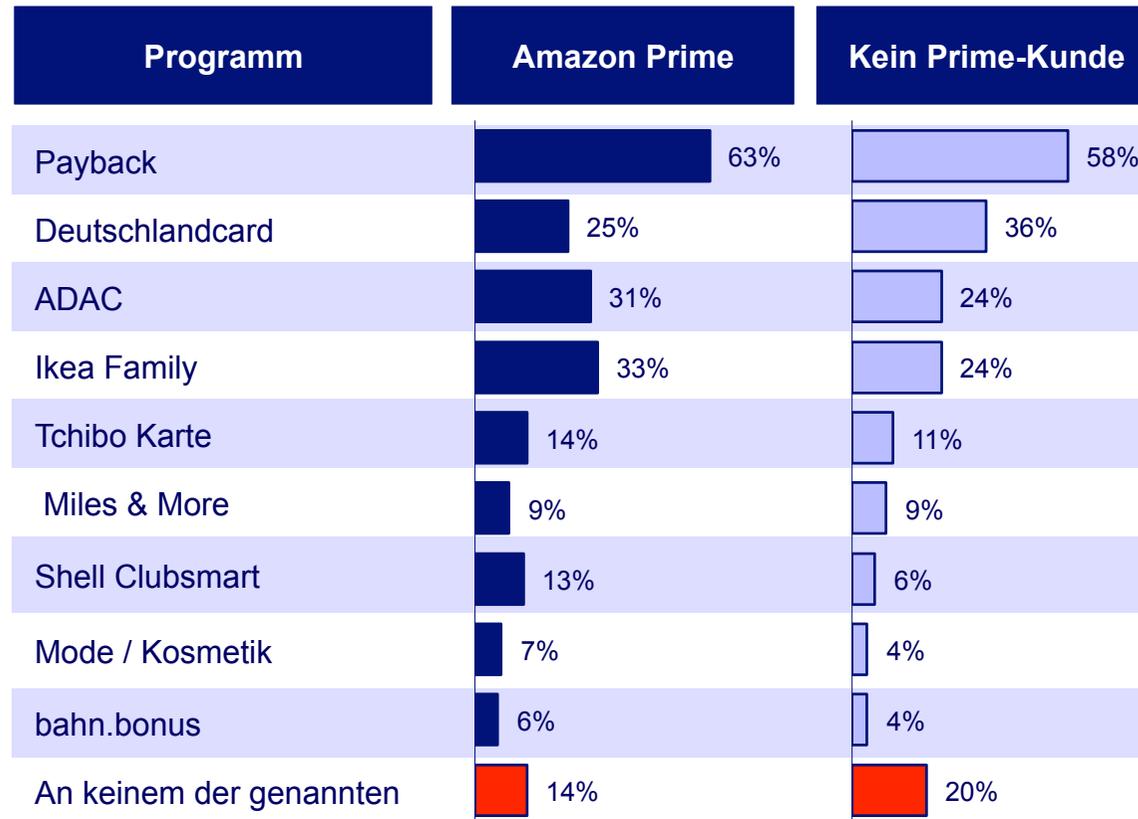
Bekanntheit und Nutzung von Amazon	< 2.000 EUR	2.000 bis < 4000 EUR	ab 4.000 EUR	Gesamt
Nein, ich kannte Amazon bis zu dieser Online-Befragung nicht	1%	1%	0%	1%
Ja, bin aber kein Kunde / bin nicht registriert	21%	9%	12%	14%
Ja, bin registrierter Kunde	59%	57%	56%	57%
Ja, bin Prime-Kunde	18%	31%	32%	27%
Weiß nicht	1%	2%	0%	2%
Gesamt	100%	100%	100%	100%

1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon? Einkommensklassen gebildet nach Haushaltsnettoeinkommen.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Amazon Prime-Kunden zeigen eine überdurchschnittliche Affinität für Kundenbindungsprogramme

Teilnahme an Kundenbindungsprogrammen nach Prime-Mitgliedschaft (%)¹⁾



1) An welchen Kundenbindungsprogrammen nehmen Sie teil? (Mehrfachantworten zulässig)

Amazon-Kunden sehen unterschiedliche USPs beim Onlinehändler: Top-Leistungen sind „Schnelle Lieferung“ und die „Breite Produktauswahl“



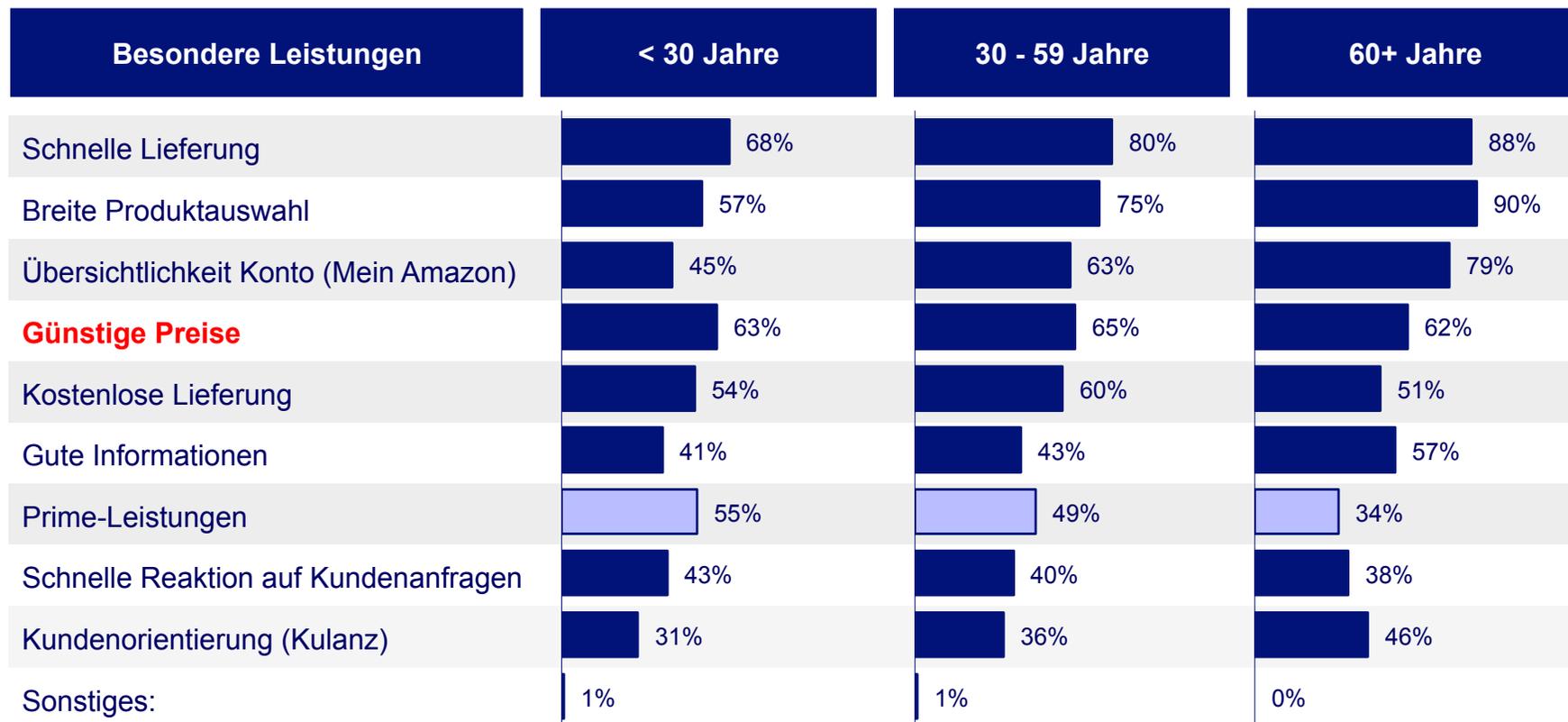
Überlegene Leistungen von Amazon aus Kundensicht (Mehrfachantwort, Befragte in %)¹⁾

Besondere Leistungen	Gesamt Mrz. 2017	Kunden ohne Amazon Prime	Kunden mit Amazon Prime
Schnelle Lieferung	80%	78%	86%
Breite Produktauswahl	76%	77%	75%
Übersichtlichkeit Konto (Mein Amazon)	65%	65%	63%
Günstige Preise	64%	62%	67%
Kostenlose Lieferung	56%	46%	76%
Gute Informationen	47%	48%	46%
Prime-Leistungen	45%	26%	85%
Schnelle Reaktion auf Kundenanfragen	40%	35%	52%
Kundenorientierung (Kulanz)	38%	33%	50%
Sonstiges:	1%	1%	0%

1) Was zeichnet Amazon besonders aus / worin ist Amazon der Konkurrenz überlegen?

Ältere Amazon-Kunden legen auf die Aspekte „Schnelle Lieferung“, „Breite Produktauswahl“ und „Übersichtlichkeit Konto“ einen größeren Wert

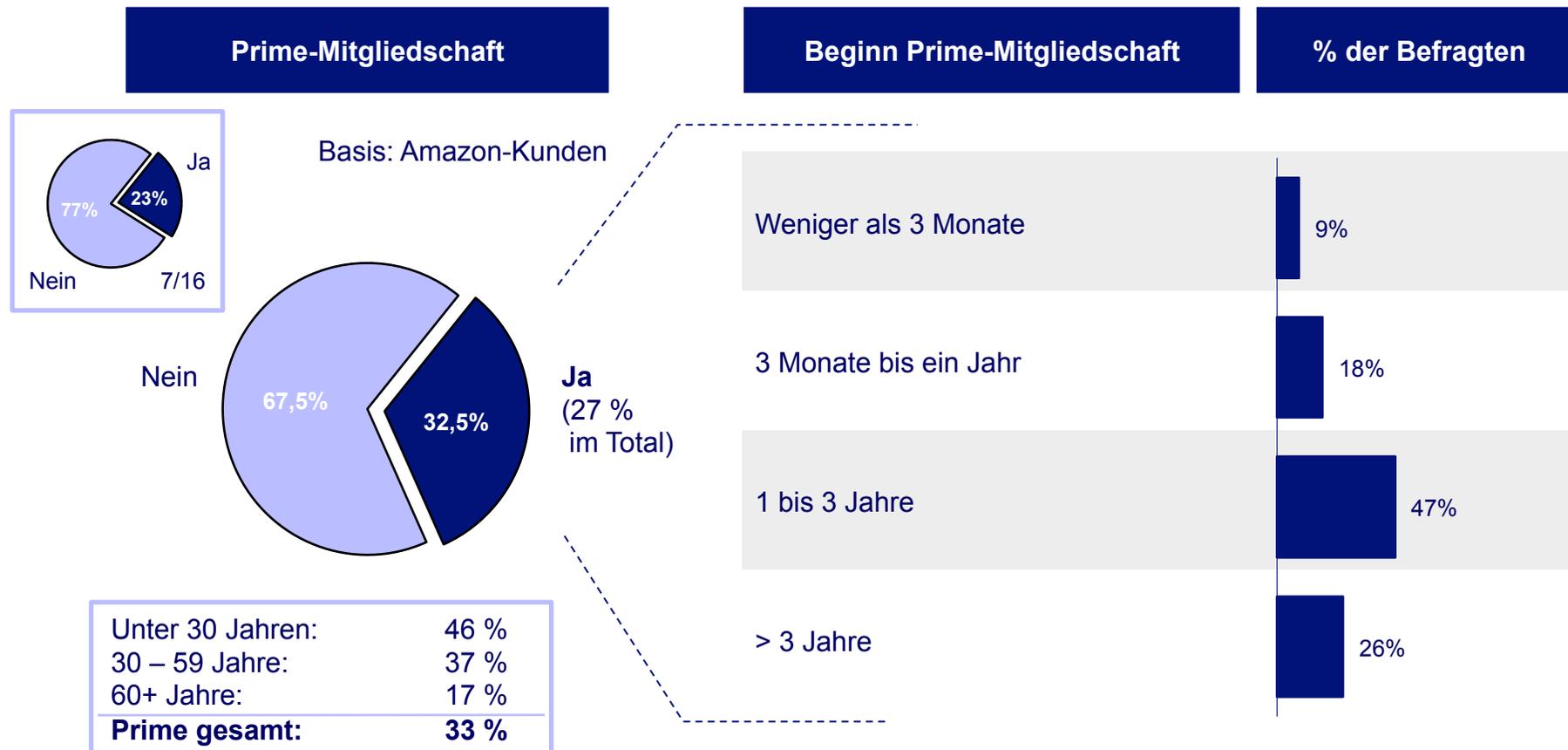
Überlegene Leistungen von Amazon aus Kundensicht (Mehrfachantwort, Befragte in %)¹⁾



1) Was zeichnet Amazon besonders aus / worin ist Amazon der Konkurrenz überlegen?

33 % der Amazon-Kunden in Deutschland sind auch Prime-Kunden – bei einem Viertel startete die Mitgliedschaft vor weniger als 1 Jahr

Amazon Prime Status und Beginn der Prime-Mitgliedschaft (% der Amazon-Kunden)¹⁾



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon? Falls Prime Kunde: Seit wann sind Sie Prime Kunde? Angaben beziehen sich auf Amazon-Kunden, nicht auf das Total aller Befragten.

Das Ranking der USPs beim Onlinehändler Amazon ist relativ robust: Ggü. 2015 ist die Bedeutung der Prime-Leistungen angestiegen



Überlegene Leistungen von Amazon (Mehrfachantwort, Befragte in %)¹⁾



1) Was zeichnet Amazon besonders aus / worin ist Amazon der Konkurrenz überlegen?



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Während die Kenntnis der Prime-Leistungen insgesamt hoch ist, zeigt sich eine starke Varianz in der Nutzung einzelner Teilleistungen

Kenntnis und Nutzung der Leistungen von Prime bei den Prime-Abonnenten (% der Befragten)¹⁾

Besondere Leistungen	Kenntnis der Leistung	Nutzung der Leistung
Der Premiumversand ist gratis	99%	74%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Video	95%	62%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Musik	89%	54%
Nutzung der Kindle-Leihbücherei ist kostenlos	79%	28%
Unbegrenzter Speicherplatz für Fotos im Amazon Cloud Drive	66%	15%
Sie zahlen nur fünf Euro je Artikel bei Expressversand	64%	8%
Premiumzugang auf Amazon BuyVIP	62%	20%

1) Welche Leistungen von Amazon Prime kennen Sie?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Weiterhin positive Kundenbindungs-Effekte von Amazon Prime – Kündigungsrisiko trotz Preiserhöhung insgesamt vergleichsweise gering

Amazon Prime-Kunden: Aussagen zur Wirkung der Prime-Mitgliedschaft¹⁾



1) Wie hat sich Ihre Prime Mitgliedschaft ausgewirkt?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

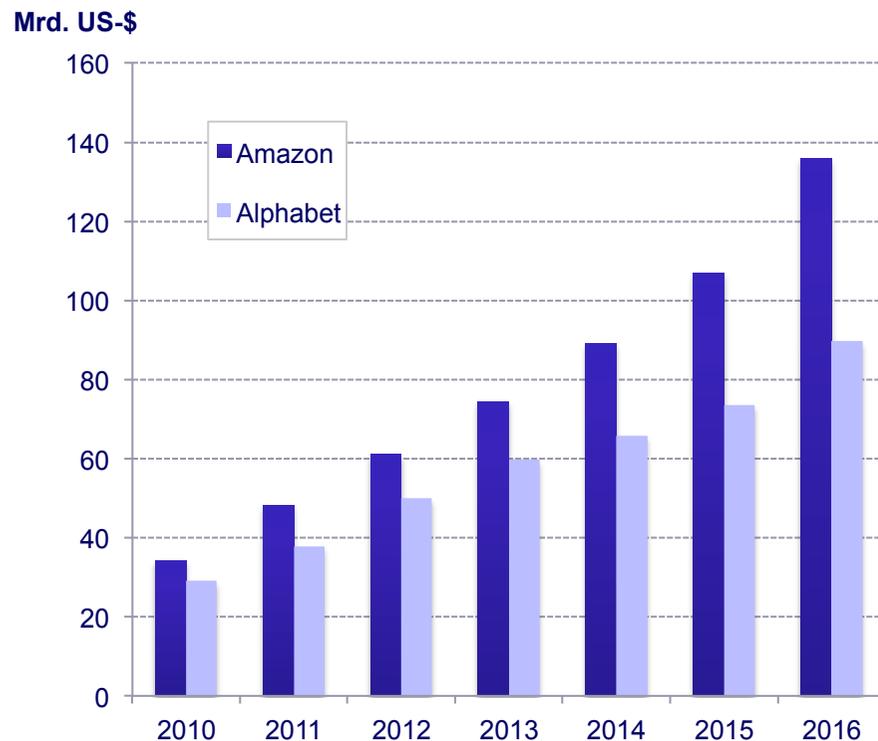
Ausblick Amazon und Prime: Der eCommerce-Gigant als zentrale Such- und Kaufplattform

- Durch eine fortwährende Kundenzentrierung und den zusätzlichen Service von Amazon Prime wird das **Evoked Set** der Verbraucher eingeschränkt, d.h. die wahrgenommenen **Optionen** zur Suche nach Angeboten wird **eingeschränkt**. Folglich steigt die Wahrscheinlichkeit, dass über die Plattform Amazon gekauft wird.
- Zusätzlich führt die Prime-Mitgliedschaft durch das Angebot von Leistungen wie Abruf von **Videos** und **Musik** zu einer stärkeren Inanspruchnahme der Plattform. Hat sich der Amazon-Kunde für Prime entschieden, findet eine **Intensivierung** der **Kundenbeziehung** statt. Die betrifft nicht nur die Anzahl der Transaktionen, sondern auch die Interaktion mit Amazon insgesamt.
- In der Konsequenz wird Amazon zu einer immer stärkeren Konkurrenz für Google und Facebook, die ihr Geschäftsmodell auf Kundeninformationen und zielgruppengenaue Schaltung von **Werbung** ausgerichtet haben. Mit Werbung erschließt sich Amazon in den kommenden Jahren eine weitere Erlösquelle, die zu einem profitablen Wachstum beitragen kann.

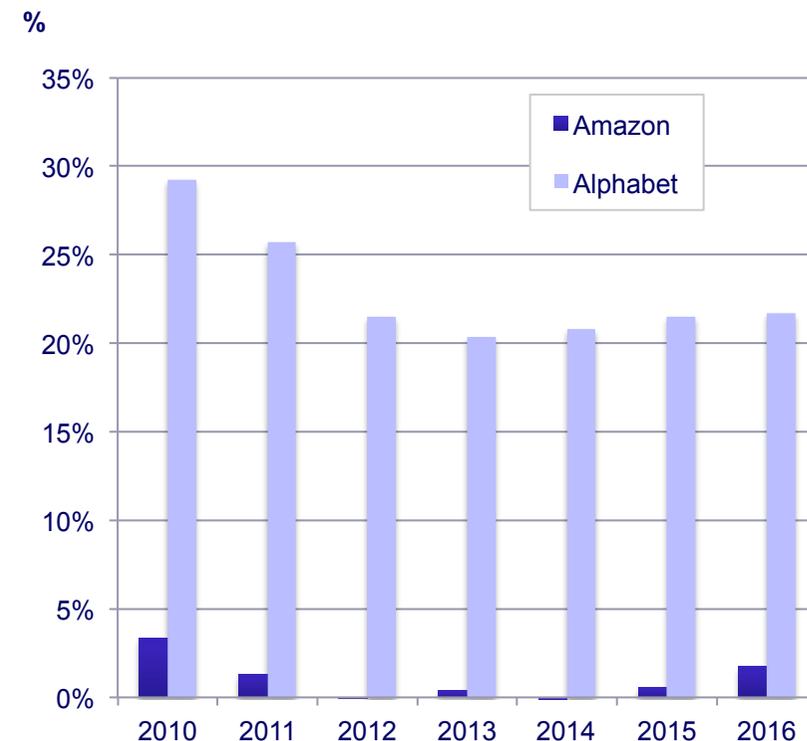
Amazon verbucht in 2016 fast doppelt so hohe Umsätze wie Alphabet, das Ergebnis beträgt mit ca. 2 Mrd. US-\$ aber nur ein Zehntel von Alphabet

Umsätze und Umsatzrentabilität im Vergleich: Amazon vs. Alphabet

Umsatzerlöse 2010 - 2016



Umsatzrentabilität 2010 - 2016*



* Ergebnis nach Steuern / Umsatzerlöse; Datenbasis <http://www.finanzen.net> .

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Eric Schmidt nennt Amazon den „größten Konkurrenten von Google bei Suchanfragen“ (2014)

"But, really, our biggest search competitor is Amazon."*

Amazon kauft Video-Webseite Twitch für eine Milliarde Dollar

Amazon verschärft die Konkurrenz zu Google: Der Online-Händler kauft mit Twitch ein mögliches Konkurrenzangebot zu Googles Youtube. Der Machtkampf der Internet-Giganten geht in die nächste Runde.

25.08.2014



* <http://mashable.com/2014/10/14/google-vs-amazon/#Ylsb0s.Abqqa>

INTERNETRIESEN

Amazon ist größter Konkurrent von Google

Datum: 13.10.2014 20:04 Uhr

Der langjährige Chef des Netzgiganten Google nutzt einen Aufenthalt in Deutschland, um den Erfindergeist preisen. Die Innovationskraft von Google verortet Schmidt in einer Reihe mit Thomas Edison und den Gebrüdern Wright.

