

OpinionTRAIN (2020)

„Amazon: Kundenzentrierung und scheinbar grenzenloses Wachstum“

Studie „OpinionTRAIN 2020“ untersucht die Kundenbeziehung zu Amazon und den Einfluss auf das Einkaufsverhalten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden

Bonn, August 2020

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

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=2.530** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (D, A, CH, SWE).
- Dauer der Befragung: ca. **23 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 4.5.2020 bis 14.5.2020.
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
 - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
 - B. Einkaufsverhalten und Medien
 - C. Mobilität und Berufsprestige
 - D. Gesundheit und Soziales
 - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz wurde auf Bevölkerungsstrukturen (18 - 80 Jahre) **gewichtet**.

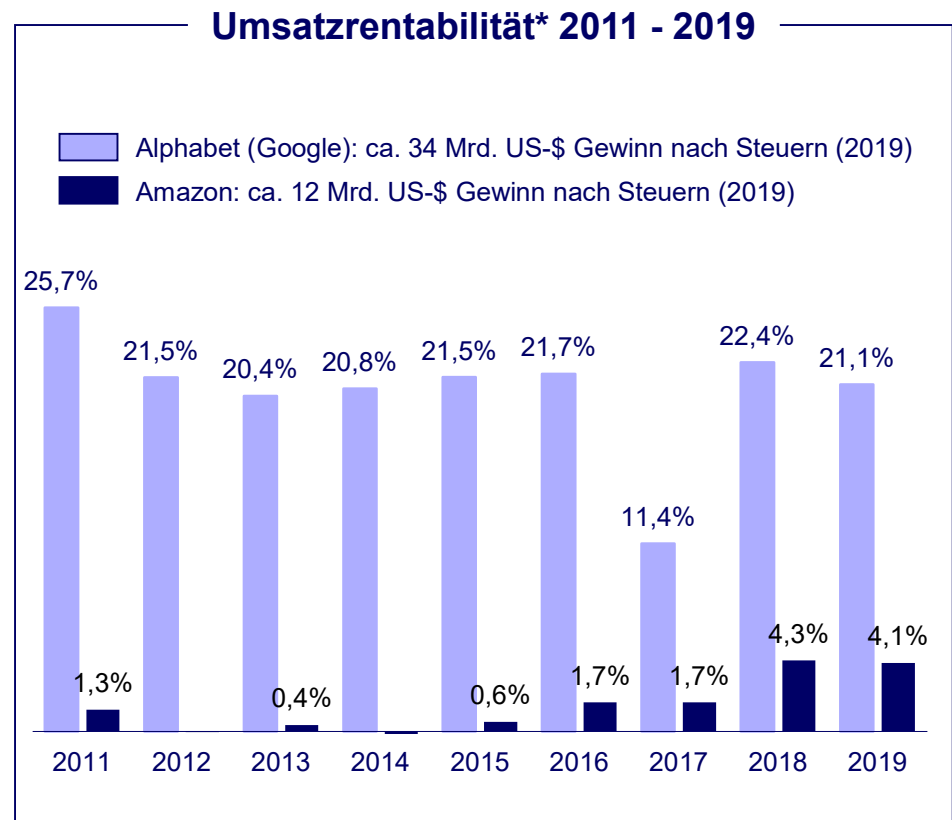
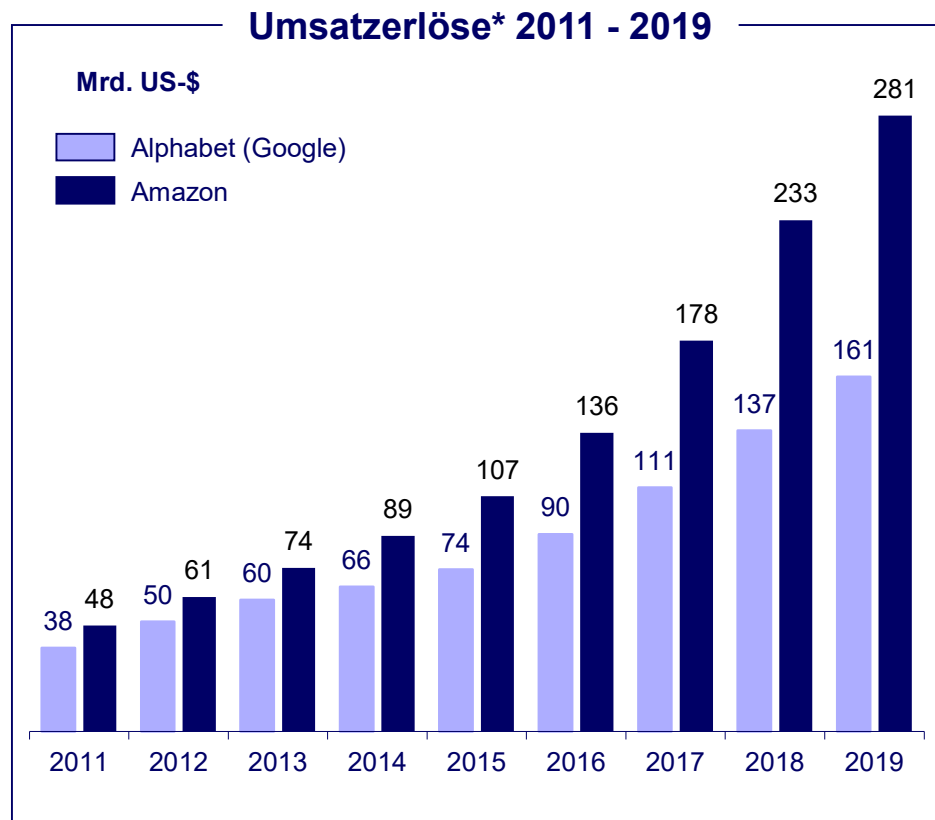
Kern-Ergebnisse (Auszüge)

- Im Vergleich sind die **Amazon Kunden- und Prime-Abo-Anteile** in Deutschland und Österreich relativ hoch, während die Niveaus in der **Schweiz** und in **Schweden** geringer sind.
- Im Ranking der **wichtigsten Merkmale** stehen **Produktauswahl** und die schnelle **Lieferung** aus Sicht der Amazon-Kunden im Vordergrund, danach folgen „günstige Preise“.
- **Prime-Mitglieder** können als Wachstumstreiber in der Corona-Krise identifiziert werden. Sie zeigen eine hohe Zufriedenheit mit Amazon und nutzen die Krisensituation dazu, Produkte eher **online** zu kaufen.
- In Deutschland wird für Amazon einerseits der mit Abstand höchste **Net Promoter Score** gemessen, andererseits zeigen sich gegenüber Vormessungen aktuell sinkende Werte.

- Seit 2013 führen die **exeo Strategic Consulting AG** und die **Rogator AG** unterschiedliche Studien („Pricing Lab“; „MobilitätsTRENDS“) als **Kooperationsprojekte** durch. In 2020 wurde mit „OpinionTRAIN“ eine neue Studie aufgesetzt, die Meinungen und Werte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden untersucht.
- Ausgehend von den starken Veränderungen, die durch die **Corona-Pandemie** weltweit ausgelöst worden sind, geht die Untersuchung der Frage nach, wie sich Meinungen und Werte länderspezifisch unterscheiden bzw. auch zu verändertem Handeln führen. Gegenstand der Befragung ist ein breites Themenspektrum, welches von den Facetten **Arbeit** und **Bildung**, über **Mobilität** bis hin zu **Einkaufsverhalten** sowie **Gesundheit** und **Soziales** reicht.
- Durchgeführt wird die Studie als **Online-Erhebung** (ca. 2.500 Interviews, 18 – 80 Jahre), basierend auf einer Teilnehmerrekrutierung über Online-Access-Panels. Mittels differenzierter Gewichtung wird die **Repräsentativität** sichergestellt. Dabei werden unterschiedliche Sekundärdaten und -erhebungen herangezogen.

Amazon verbucht in 2019 ca. 74 % höhere Umsätze als Alphabet (Google), das Ergebnis beträgt mit ca. 12 Mrd. US-\$ aber nur ein Drittel von Alphabet

Umsätze und Umsatzrentabilität im Vergleich: Amazon vs. Alphabet

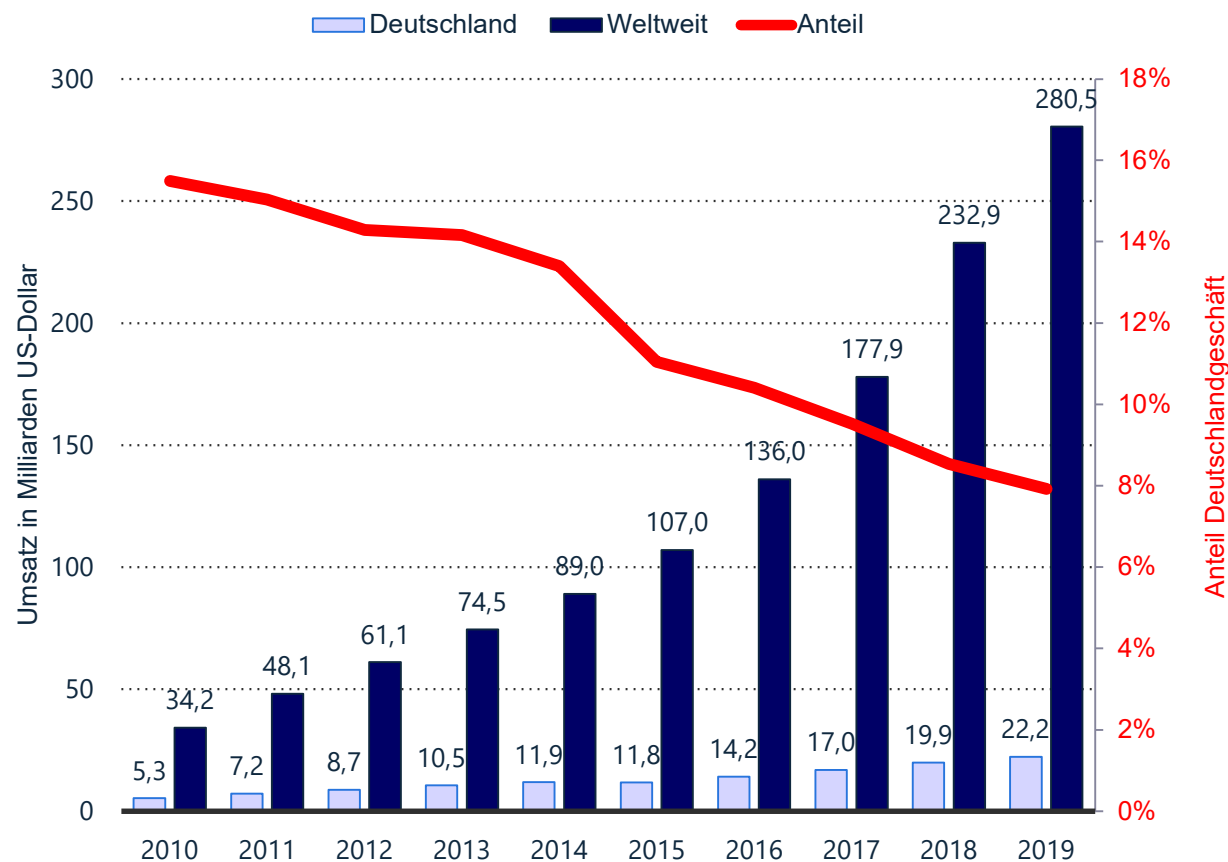


* Ergebnis nach Abzug von Steuern / Umsatzerlöse; Datenbasis <http://www.finanzen.net>.

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

Bei Amazon ist der Umsatzanteil des Deutschlandgeschäfts rückläufig, trotzdem ist Deutschland eine der wichtigsten Absatzregionen

Umsatz von Amazon in Deutschland und weltweit 2010 - 2019



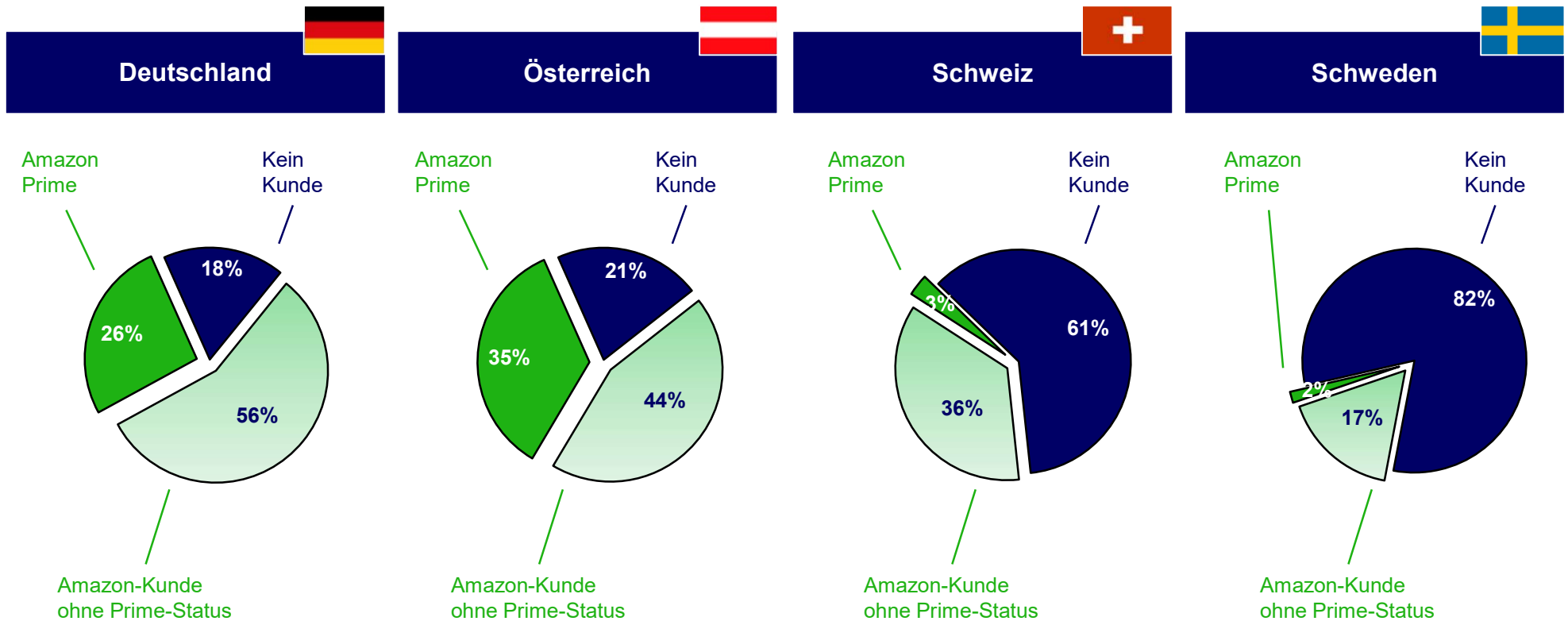
Und dann die Corona-Krise 2020: Der Umsatz stieg im zweiten Quartal im Vergleich zum Vorjahresquartal um 40 Prozent. "Das war ein weiteres höchst ungewöhnliches Quartal", erklärte Amazon-Chef Jeff Bezos. (ntv: 31.7.2020)*

* <https://www.n-tv.de/wirtschaft/Amazon-steigert-Gewinn-in-Krise-massiv-article21943994.html>

Quelle: Amazon.com - 2019 Form 10-K, Seite 68

Während Amazon in Deutschland und Österreich einen großen Kundenanteil in der Bevölkerung hat, ist dieser in Schweden sehr gering

Amazon-Kundenstatus nach Untersuchungsregion¹⁾



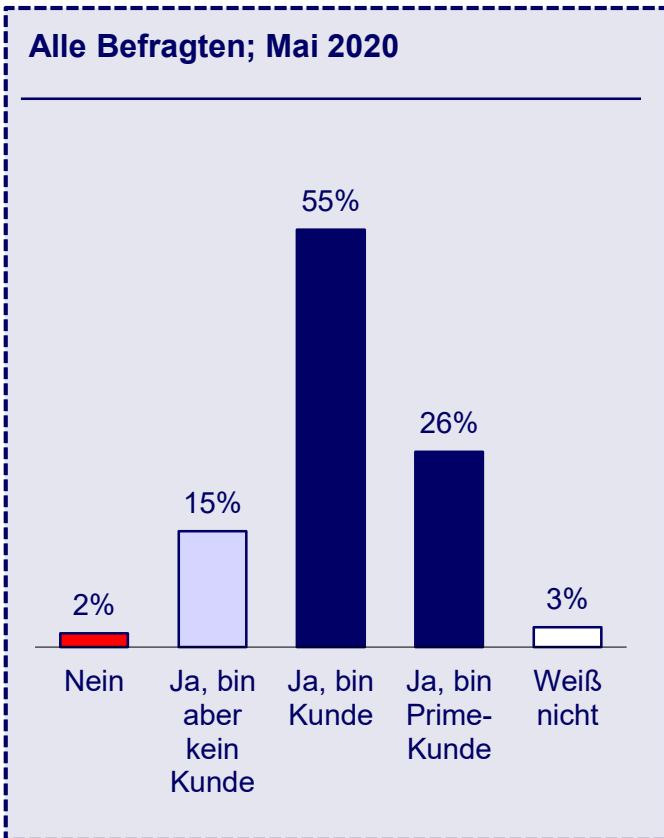
1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

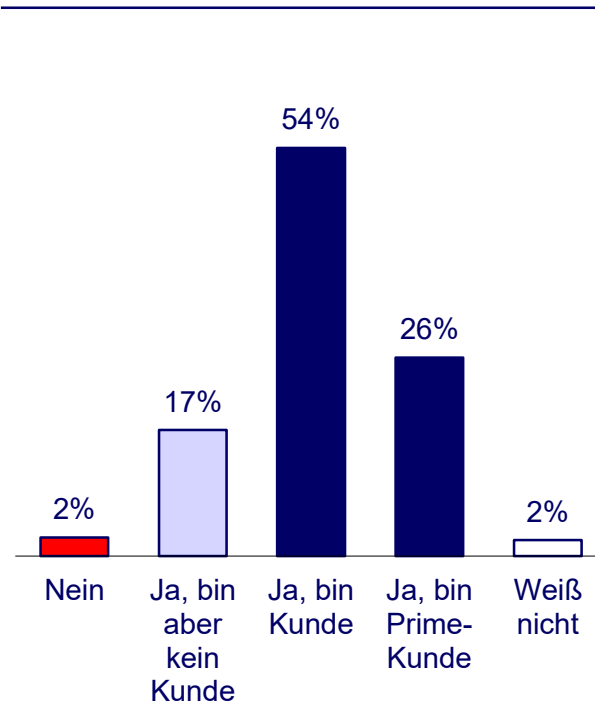
Der Anteil der Befragten in Deutschland, die über ein Amazon Prime-Abo verfügen, liegt (ähnlich zum Vorjahr) bei 26 %



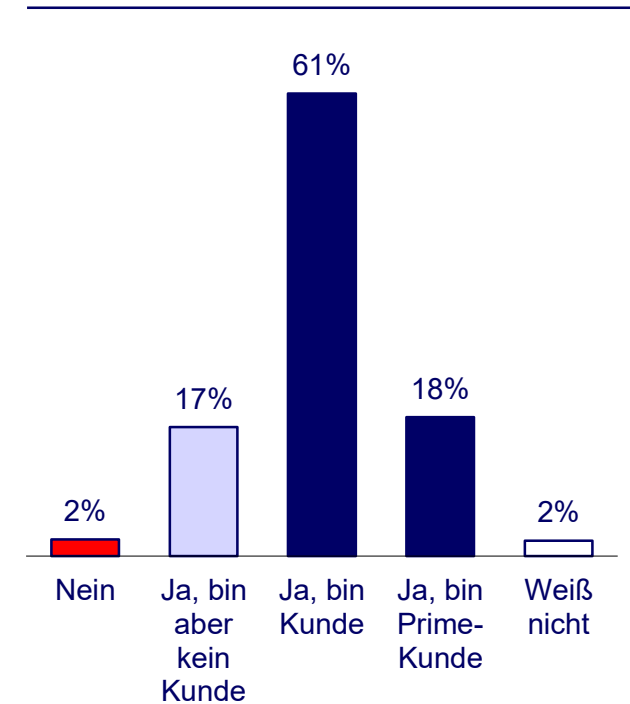
Bekanntheit und Nutzung von Amazon in Deutschland (Befragte in %)¹⁾



Alle Befragten; Juli 2019



Alle Befragten; Juli 2016

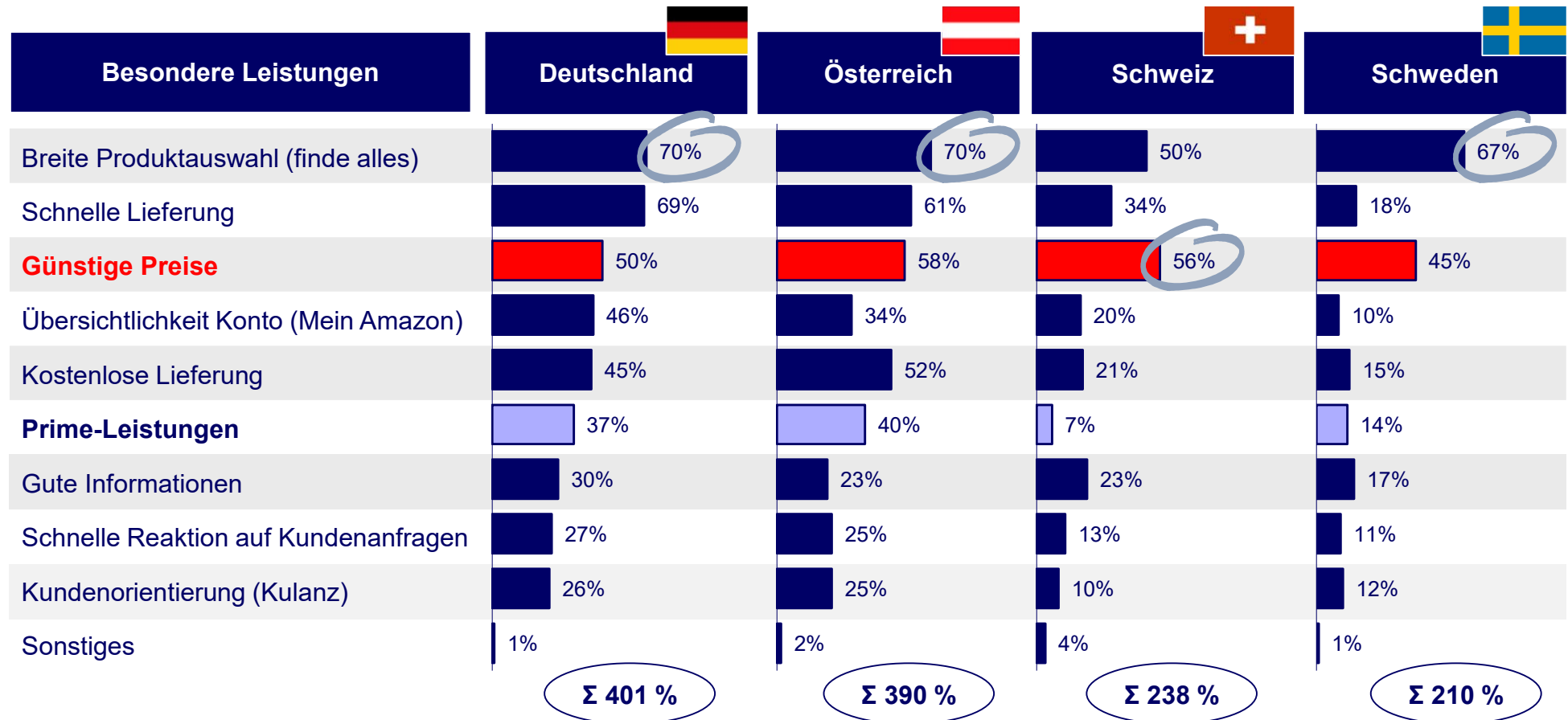


1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

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

Amazon-Kunden sehen unterschiedliche USPs beim Onlinehändler: Im Ranking vorne stehen die Produktauswahl und die schnelle Lieferung

Überlegene Leistungen von Amazon (Mehrfachantwort, Amazon-Kunden in %)¹)

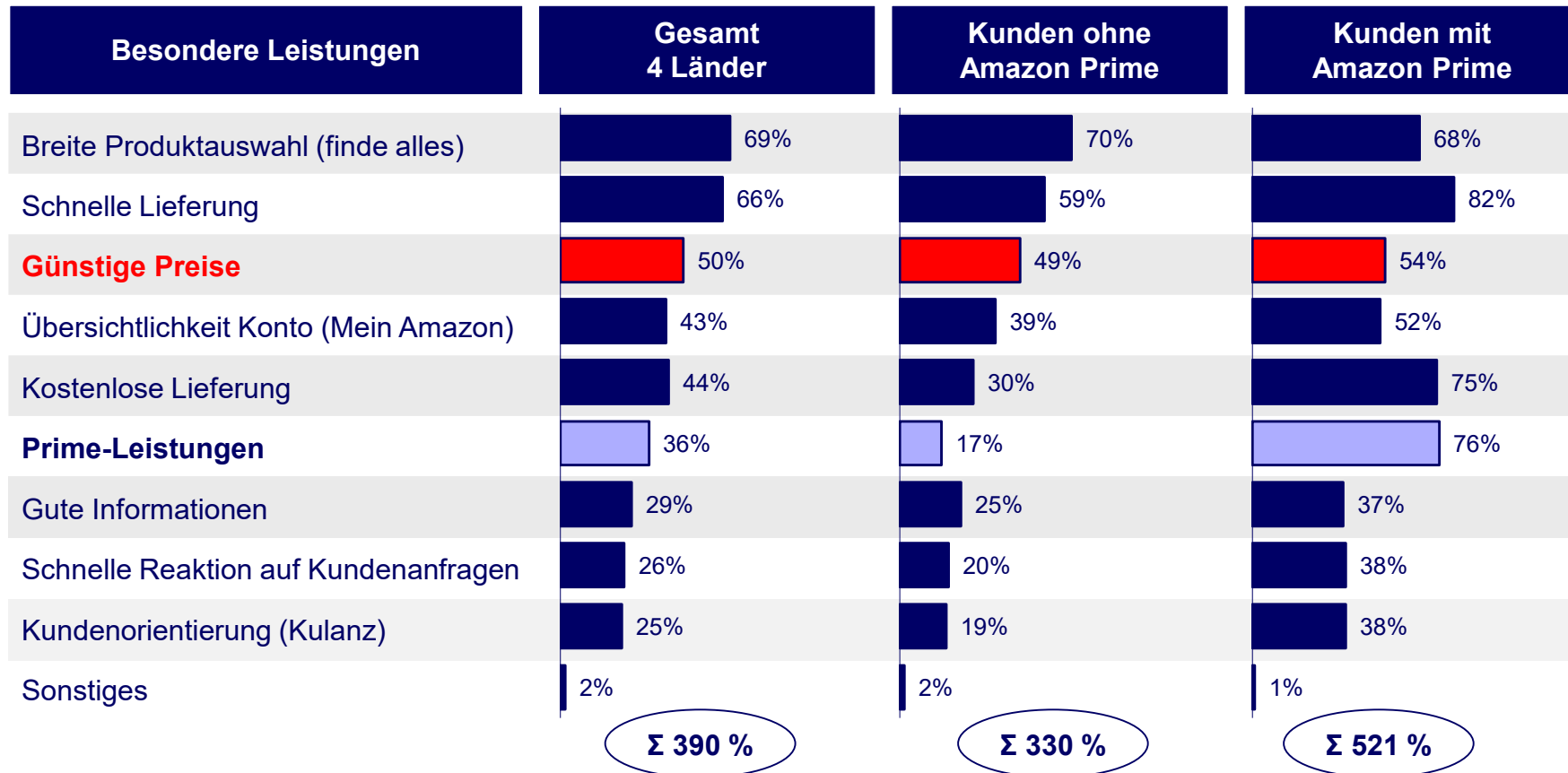


1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Amazon-Prime-Kunden sehen im Mittel stärker USPs beim Onlinehändler

Überlegene Leistungen von Amazon (Mehrfachantwort, Amazon-Kunden in %)¹⁾

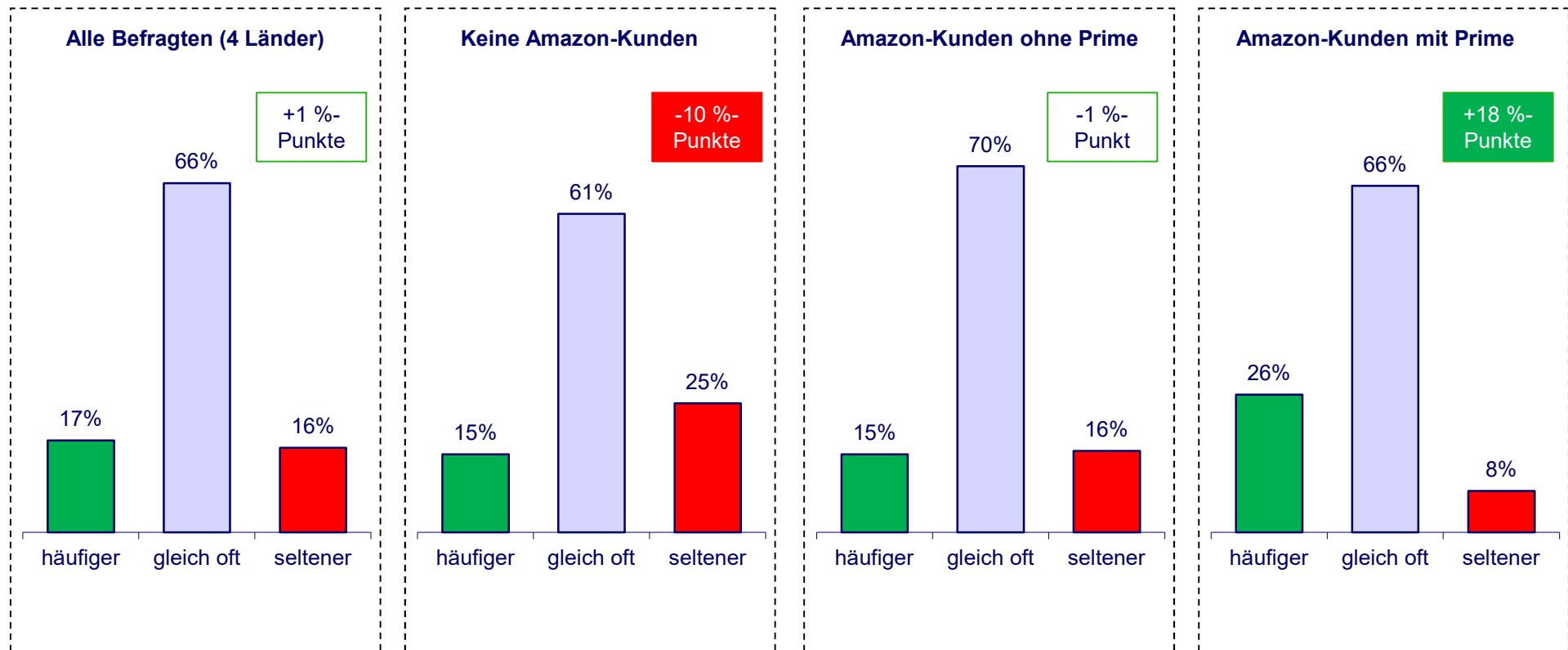


1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

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

Während die Veränderung von Online-Bestellungen in der Corona-Krise ausgeglichen ist, zeigen Amazon-Prime-Kunden starke Zuwächse

Online-Bestellung während der Corona-Krise (% aller Befragten)¹⁾



1) Haben Sie während der Corona-Krise mehr, gleich viele oder weniger Produkte online bestellt?

- X %-
Punkte

Saldo „häufiger“
abzgl. „seltener“

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

In Deutschland haben 28 % der Verbraucher, die über ein Amazon Prime-Abo verfügen, Lebensmittel online eingekauft



Einkauf von Lebensmitteln in den Monaten März und April 2020 (% aller Befragten)¹⁾

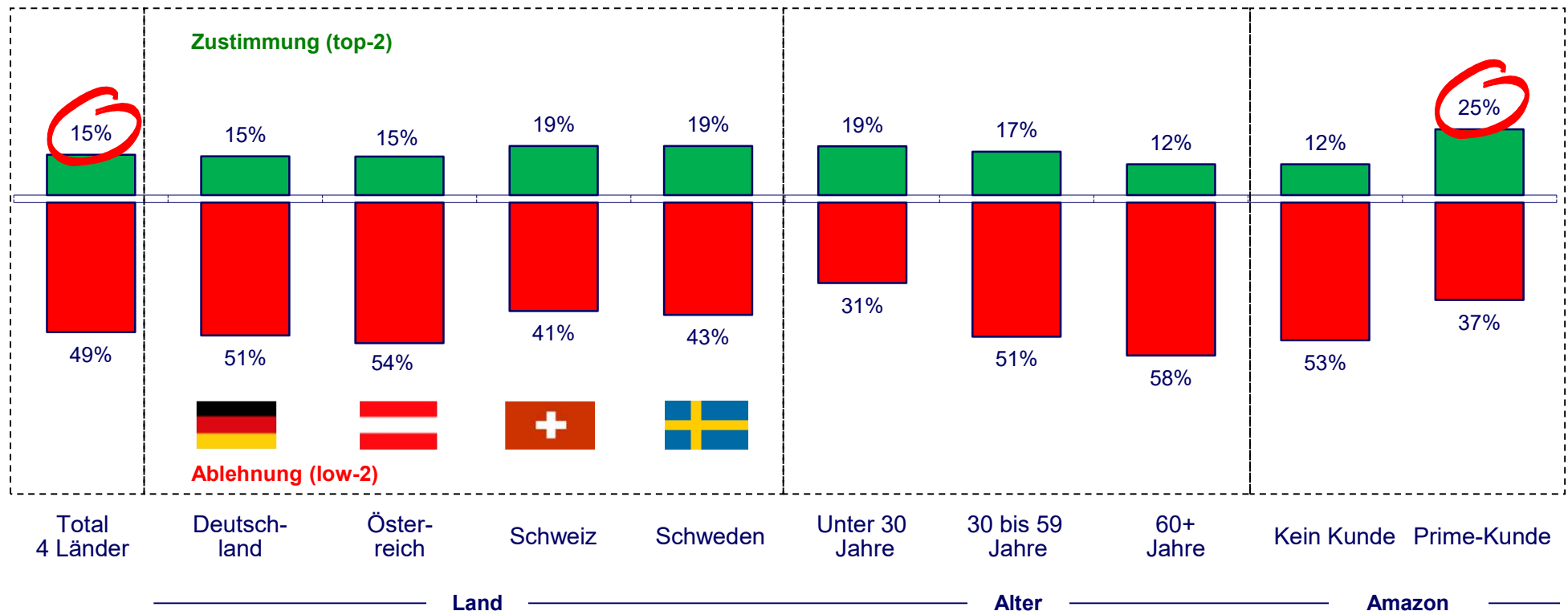
Geschäftstypen	Kein Amazon-Kunde	Amazon-Kunde ohne Prime-Abo	Amazon-Kunde mit Prime-Abo
Supermarkt (Edeka, Rewe etc.)	81%	81%	84%
Discounter (Aldi, Lidl, Netto etc.)	67%	76%	75%
Bäckerei-Fachgeschäft	44%	45%	52%
Verbrauchermarkt (Real, Kaufland)	29%	35%	36%
Metzgerei-Fachgeschäft	20%	24%	29%
Wochenmarkt/Bauernmarkt	19%	17%	15%
Online	5%	12%	28%
Bio-Laden/Bio-Supermarkt	8%	6%	9%
Kiosk in der Nähe	9%	5%	8%
Tante-Emma-Laden	3%	2%	4%

1) Wo haben in den letzten 2 Monaten Lebensmittel gekauft?

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

Die Attraktivität der Lieferangebote (Online-Bestellungen) bei Lebensmitteln ist bei Amazon-Kunden mit Prime-Abo vglw. stärker gestiegen

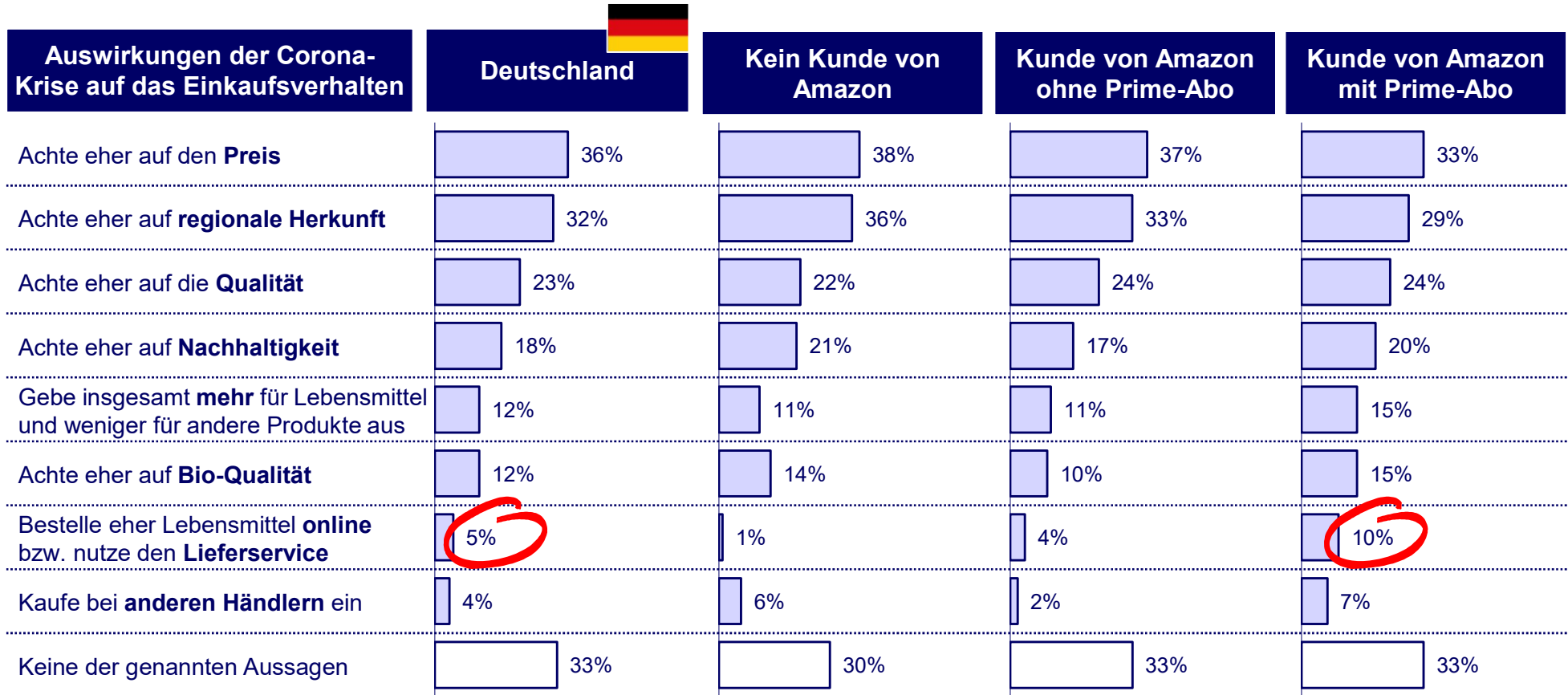
Bewertung Statement: „Die Attraktivität der Lieferangebote (Online-Bestellungen) auch bei Lebensmitteln ist für mich deutlich gestiegen“⁽¹⁾



1) Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Einkauf in der aktuellen Zeit der Corona-Krise mit Werten von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“.

Online-Lieferungen von Lebensmitteln erhalten durch Corona nur einen bedingten Nachfrage-Schub – bei Amazon Prime-Kunden ist der Effekt stärker

Nachhaltiger Einfluss der Corona-Krise auf das Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln (% aller Befragten)¹⁾

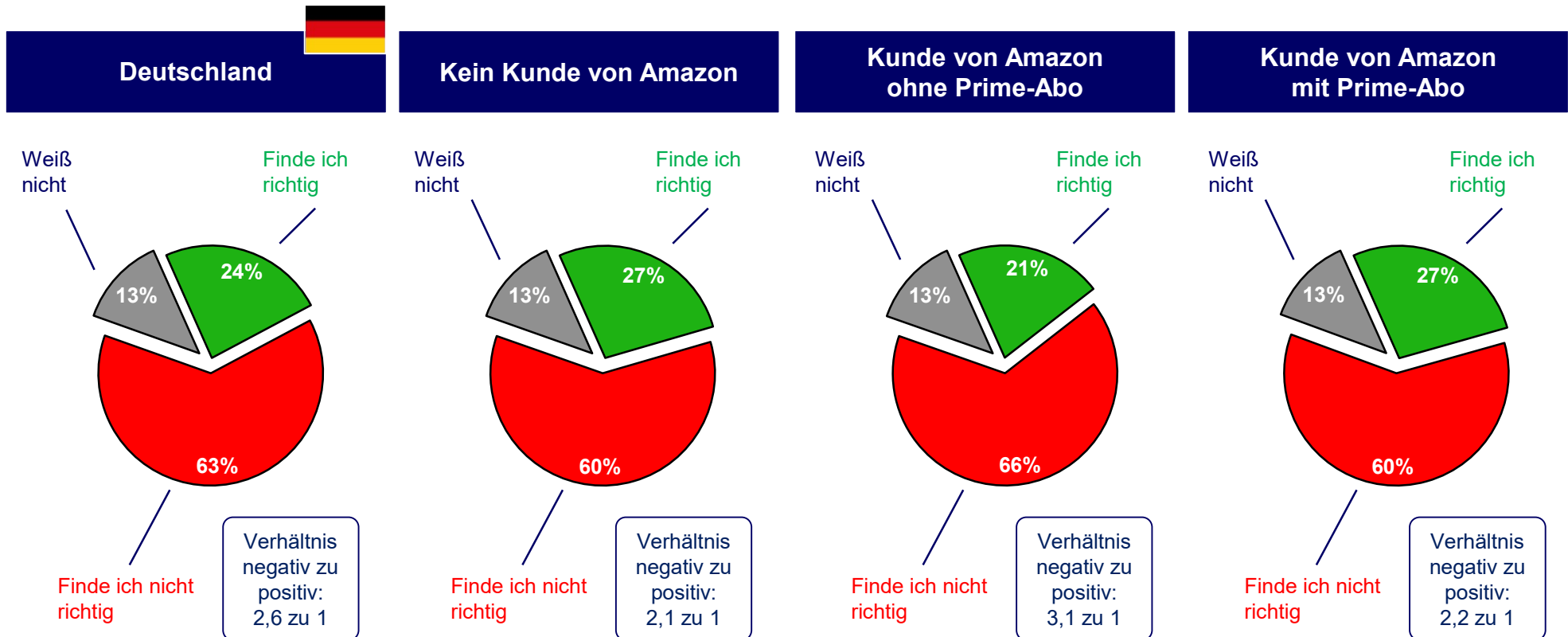


1) Was glauben Sie, was wird sich zukünftig durch die Corona-Krise an Ihrem Einkaufsverhalten ändern?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Die Akzeptanz der Verbraucher für ein Dynamic Pricing ist auch bei Amazon-Kunden mit Prime-Abo begrenzt

Preisbildung im Handel: Bewertung eines Dynamic Pricing in Krisenzeiten¹⁾

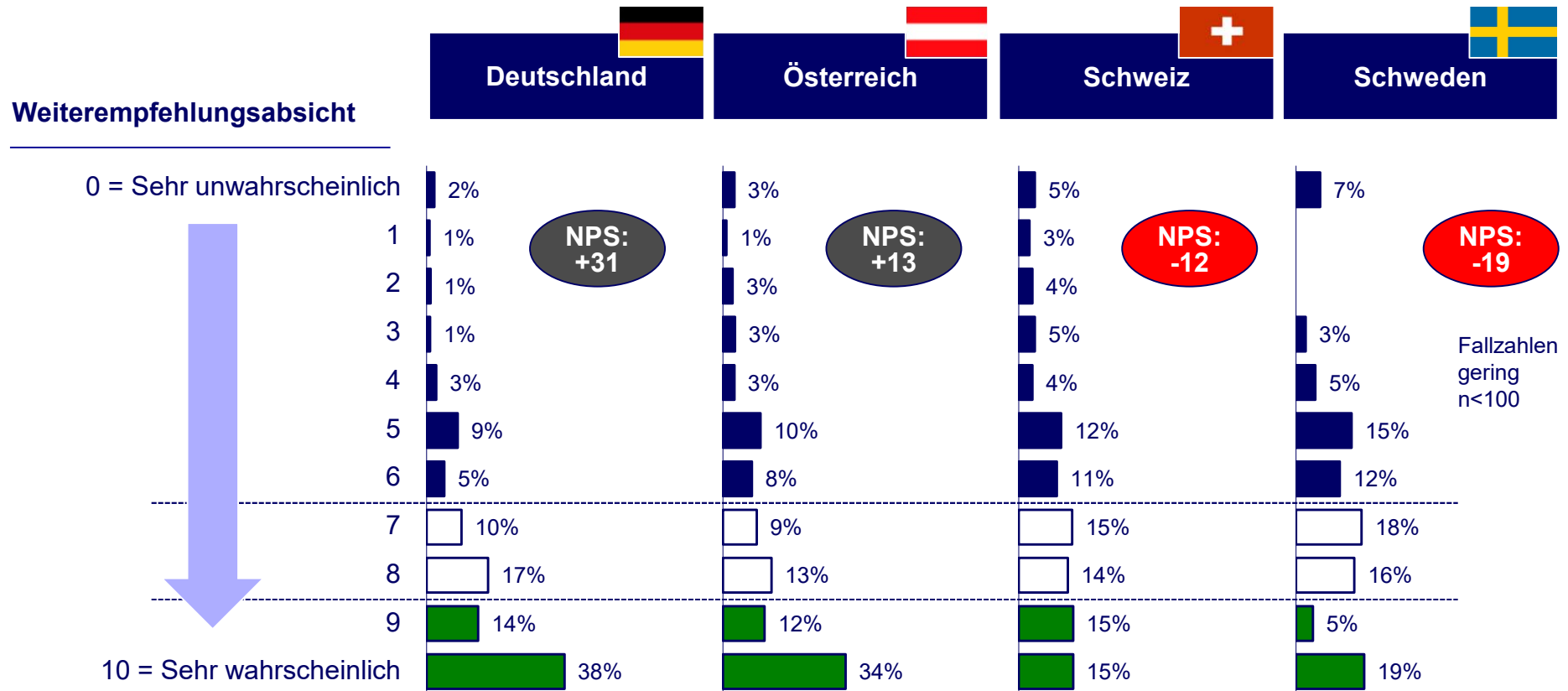


1) Halten Sie es für richtig, dass Einzelhändler in Krisenzeiten die Produktpreise stärker an die Nachfrage anpassen. D.h. wenn die Nachfrage steigt, steigt der Preis, wenn die Nachfrage fällt, sinkt der Preis?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Amazon erreicht beim Net Promoter Score (NPS) nur in Deutschland eine Spitzenleistung

Weiterempfehlungsabsicht (NPS) von Amazon (% der Nutzer)¹⁾

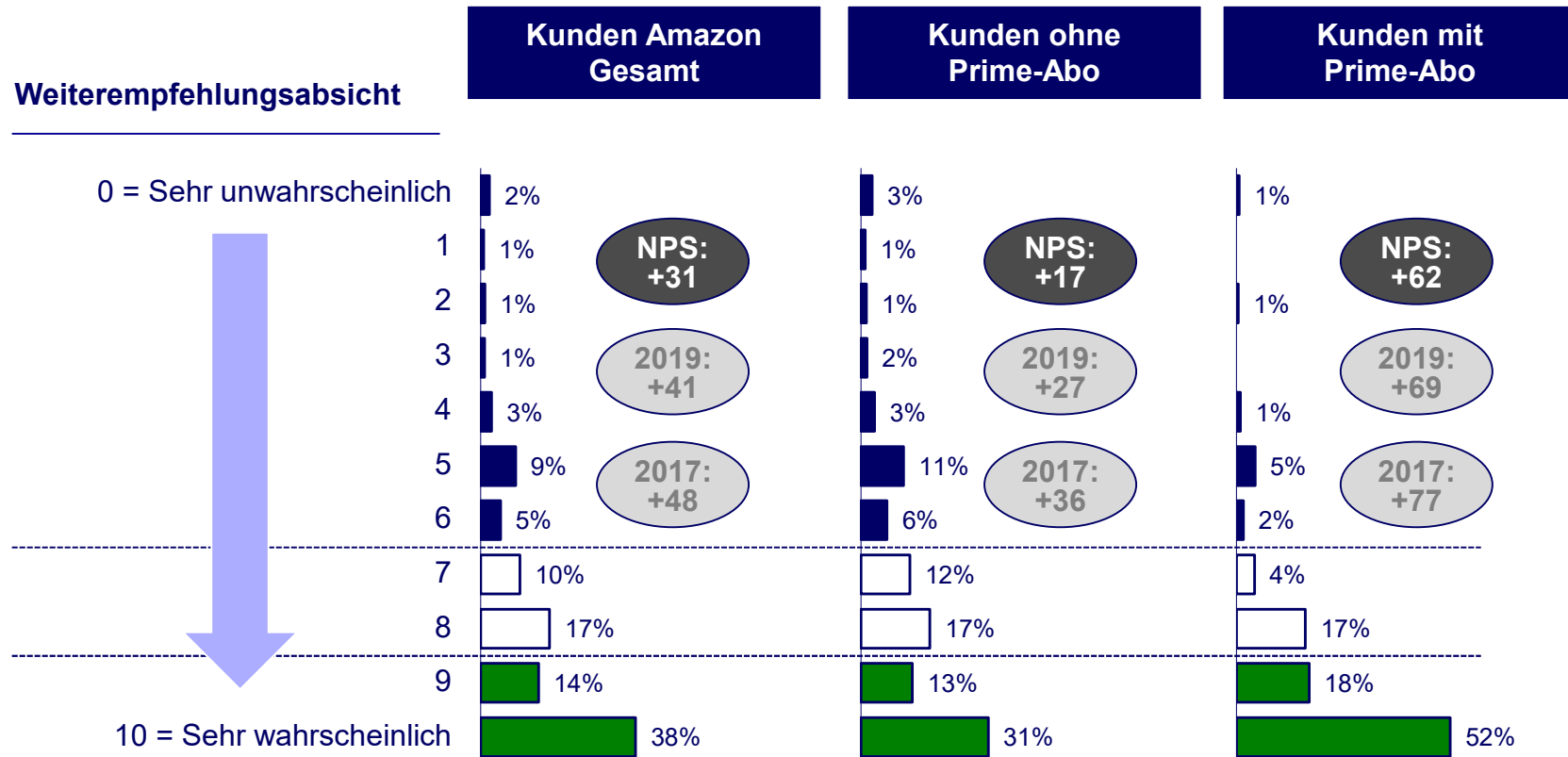


1) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Amazon einem Freund oder Kollegen empfehlen? Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unwahrscheinlich“ und 10 „Sehr wahrscheinlich“ ist. Rundungsbedingte Abweichung möglich.

Bei Prime-Kunden liegen die NPS-Ergebnisse auf einem hohen Niveau – allerdings sind Rückgänge gegenüber Vormessungen erkennbar



Weiterempfehlungsabsicht (NPS) von Amazon (% der Nutzer)¹⁾



1) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Amazon einem Freund oder Kollegen empfehlen? Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unwahrscheinlich“ und 10 „Sehr wahrscheinlich“ ist. Rundungsbedingte Abweichung möglich.