
Pricing Lab 4.0 (2016)

Amazon Prime: Kundenbeziehung und neue Abo-Preise

Bonn, November 2016

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

Die besondere Bedeutung von Amazon Prime für den Erfolg von Amazon

Berichterstattung Amazon Prime 2015

Amazon: Prime-Erfolg verzückt Aktionäre

30.01.2015 | Johannes Haupt | eBook News | 2 Kommentare



Dem floppenden Fire Phone, einem schwierigen Tablet-Markt und Negativ-Schlagzeilen zum Trotz konnte Amazon seinen Umsatz im 4. Quartal um 15 Prozent steigern. Im Gesamtjahr 2014 gab es sogar ein Plus von 20 Prozent. Dass der Aktienkurs von Amazon nach Vermeldung der Quartalszahlen zweistellig in die Höhe sprang, hat aber einen anderen Grund.

Reibach zu Weihnachten, Verlust im Gesamtjahr

Im 4. Quartal 2014 (Oktober bis Dezember) setzte Amazon weltweit 29,3 Milliarden US-Dollar um, ein Plus von 15 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der Netto-Gewinn sank leicht von 239 Milliarden US-Dollar auf 214 Milliarden US-Dollar. Das gab Amazon am gestrigen Donnerstag nach US-Börsenschluss bekannt.

Im Gesamtjahr 2014 betrug der Umsatz rund 89 Milliarden US-Dollar (+20 Prozent). Unter dem Strich machte Amazon aber Miese, und zwar in Höhe von 241 Milliarden US-Dollar. Im Vorjahr gab es noch einen Gewinn in ähnlicher Höhe.

Der Erfolg von Prime

- Den zweifelsohne größten Erfolg verbuchte Amazon an der Flatrate-Front. Der hauseigene Premium-Dienst Amazon Prime wurde in den letzten Jahren zu einem umfänglichen Streaming-Flatrate-Dienst umgemodelt.
- In den letzten zwölf Monaten hat sich diese Entwicklung noch verschärft, insbesondere beim Filmdienst Prime Instant Video gibt Amazon mit teuren Eigenproduktionen Gas. Lohn der Investitionen: Ein Abonnenten-Plus von 53 Prozent, trotz großer Konkurrenz und deutlich angezogener Mitgliedschaftsgebühren (in Deutschland früher 29 Euro, heute 49 Euro).
- Im Nov. 2016 kündigt Amazon eine Preiserhöhung für Prime von 49 EUR auf 69 EUR ab 1.2.2017 (Neukunden) an.

Amazon: Führende Position im Markt und im Evoked Set der Verbraucher



Die marktbeherrschende Position von Amazon



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



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

Besondere Leistungen	Gesamt	Kunden ohne Amazon Prime	Kunden mit Amazon Prime
Schnelle Lieferung	81%	79%	84%
Breite Produktauswahl	79%	80%	76%
Günstige Preise	62%	62%	62%
Übersichtlichkeit Konto (Mein Amazon)	61%	60%	64%
Kostenlose Lieferung	43%	35%	71%
Gute Informationen	42%	39%	49%
Schnelle Reaktion auf Kundenanfragen	41%	36%	56%
Kundenorientierung (Kulanz)	33%	28%	51%
Prime-Leistungen	32%	18%	79%
Sonstiges:	0%	0%	1%

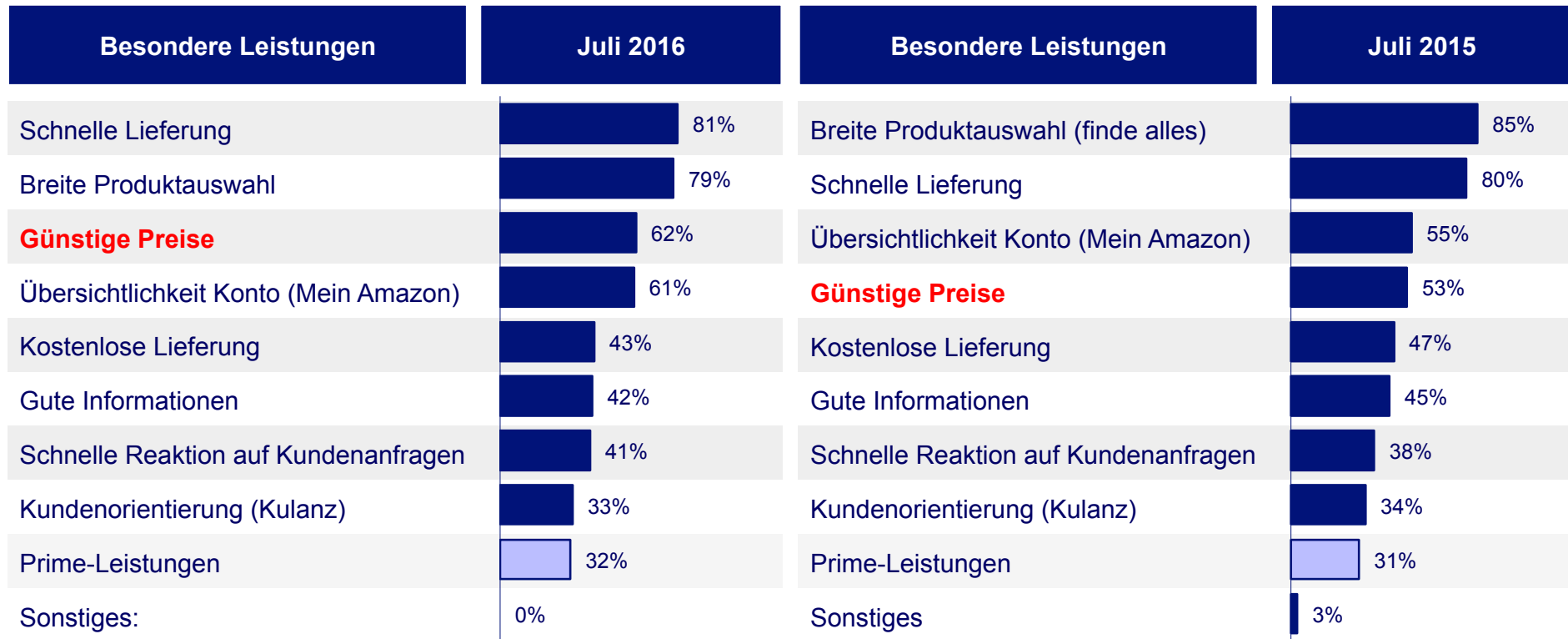
1) Was zeichnet Amazon besonders aus / worin ist Amazon der Konkurrenz überlegen?

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

Das Ranking der USPs beim Onlinehändler Amazon ist relativ robust: Ggü. Vj. ist die Bedeutung „günstiger Preise“ angestiegen



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



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

Je nach Kunden-Status unterscheidet sich der Kenntnisstand zu Amazon Prime erheblich



Kenntnis der Leistungen von Prime nach Kundenstatus (% der Befragten)¹⁾

Besondere Leistungen	Amazon Nichtkunde	Kunden ohne Amazon Prime	Kunden mit Amazon Prime
Der Premiumversand ist gratis	31%	67%	93%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Video	26%	54%	87%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Music	14%	43%	78%
Nutzung der Kindle-Leihbücherei ist kostenlos	9%	28%	53%
Unbegrenzter Speicherplatz für Fotos im Amazon Cloud Drive	10%	17%	34%
Premiumzugang auf Amazon BuyVIP	7%	11%	33%
Zuzahlung bei Expressversand von 5 EUR je Artikel	11%	13%	28%
Keine der Genannten	58%	21%	1%

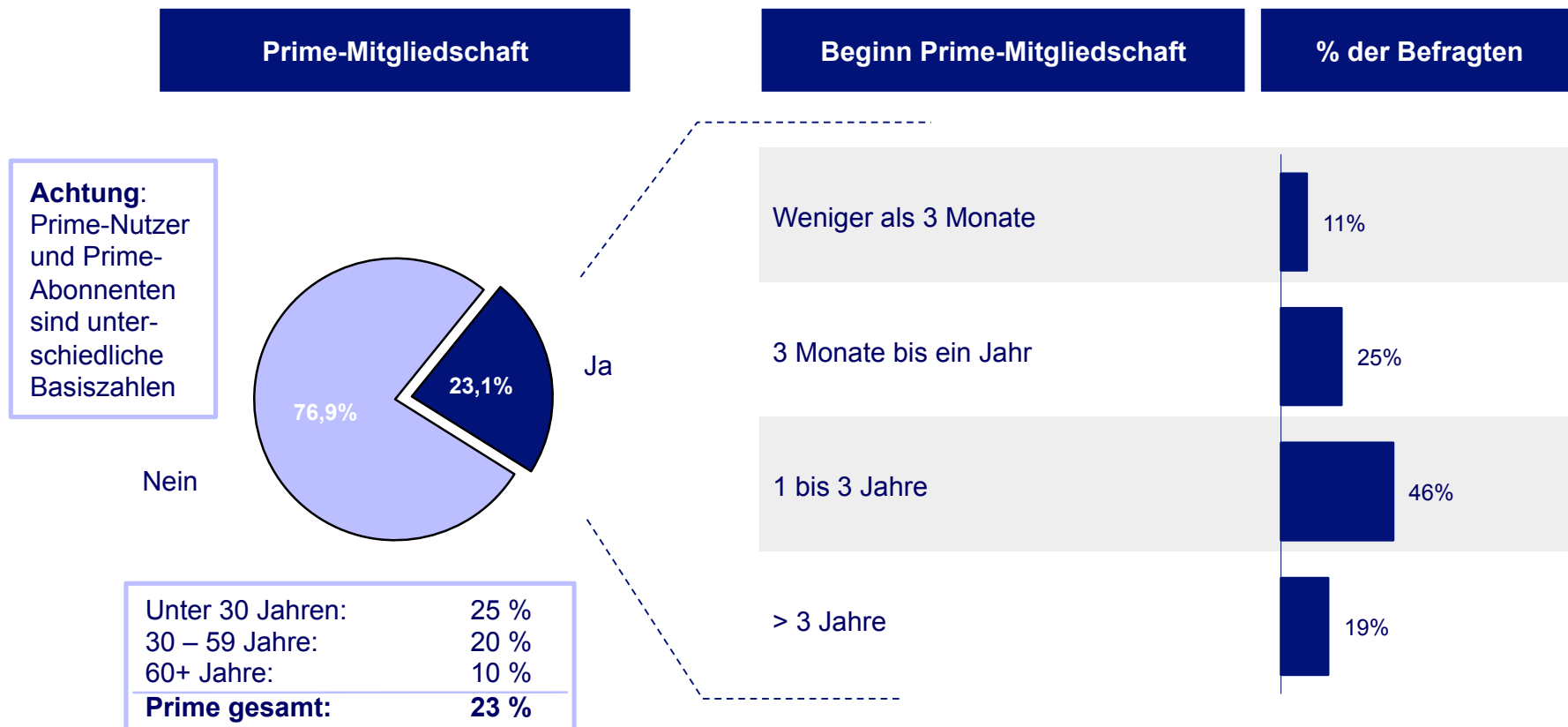
1) Welche Leistungen von Amazon Prime kennen Sie?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

23 % der Amazon-Kunden in Deutschland sind auch Prime-Abonnenten – bei einem Drittel startete die Mitgliedschaft vor weniger als einem Jahr



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



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon? Ja, ich bin Prime-Kunde. Falls Prime Kunde: Seit wann sind Sie Prime Kunde?

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

Nur ein Teil der Amazon Prime-Leistungen werden aus Sicht der Kunden als attraktiv bewertet



Attraktivität der Leistungen von Prime nach Amazon Kundenstatus (top-2 %)¹⁾

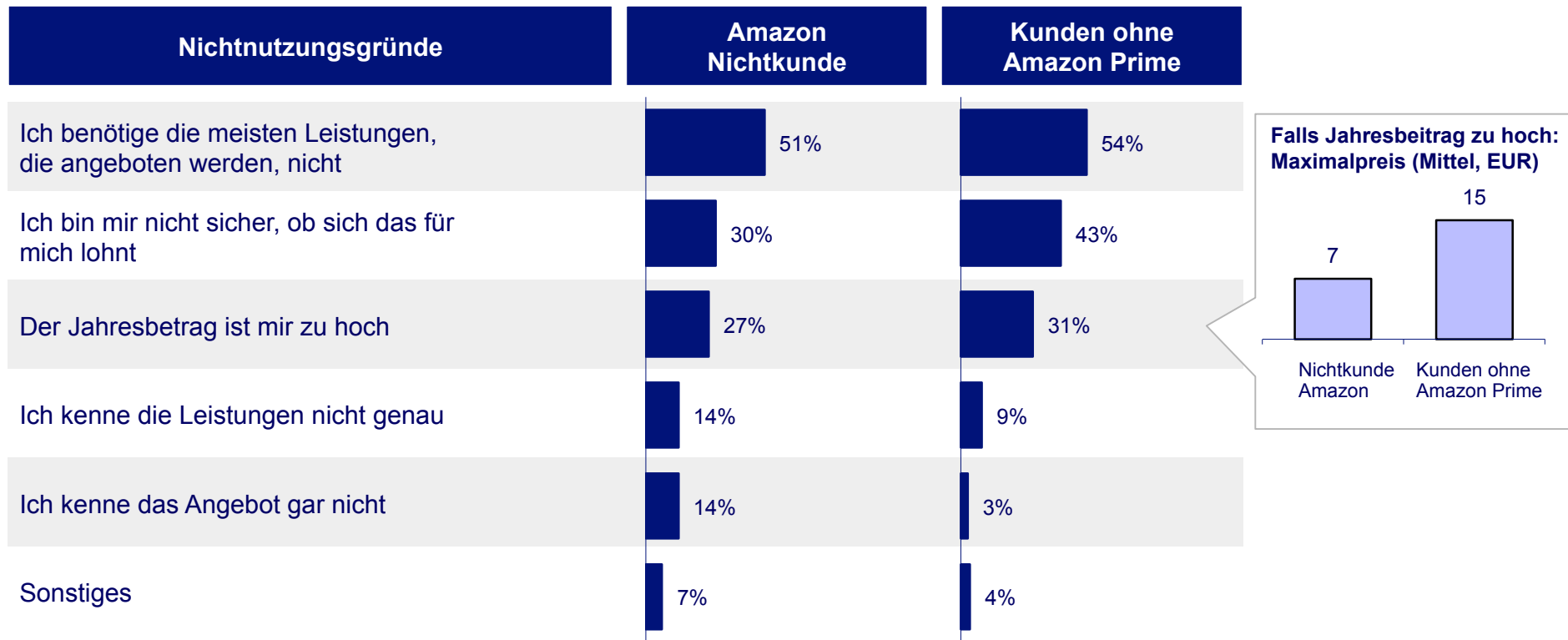
Besondere Leistungen	Amazon Nichtkunde	Kunden ohne Amazon Prime	Kunden mit Amazon Prime
Der Premiumversand ist gratis	47%	69%	95%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Video	22%	53%	89%
Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Musik	24%	45%	79%
Nutzung der Kindle-Leihbücherei ist kostenlos	31%	40%	67%
Unbegrenzter Speicherplatz für Fotos im Amazon Cloud Drive	25%	29%	55%
Premiumzugang auf Amazon BuyVIP	18%	26%	54%
Zuzahlung bei Expressversand von 5 EUR je Artikel	29%	23%	41%

1) Wie attraktiv sind die Leistungen von Amazon aus Ihrer Sicht? (Prgr.: randomisieren) 1 = ist sehr attraktiv bis 6 = ist überhaupt nicht attraktiv.

Der wichtigste Grund für die Nichtnutzung von Prime ist, dass die meisten Leistungen, die angeboten werden, nicht benötigt werden



Nichtnutzungsgründe für Amazon Prime nach Amazon-Kundenstatus (% der Befragten)¹⁾



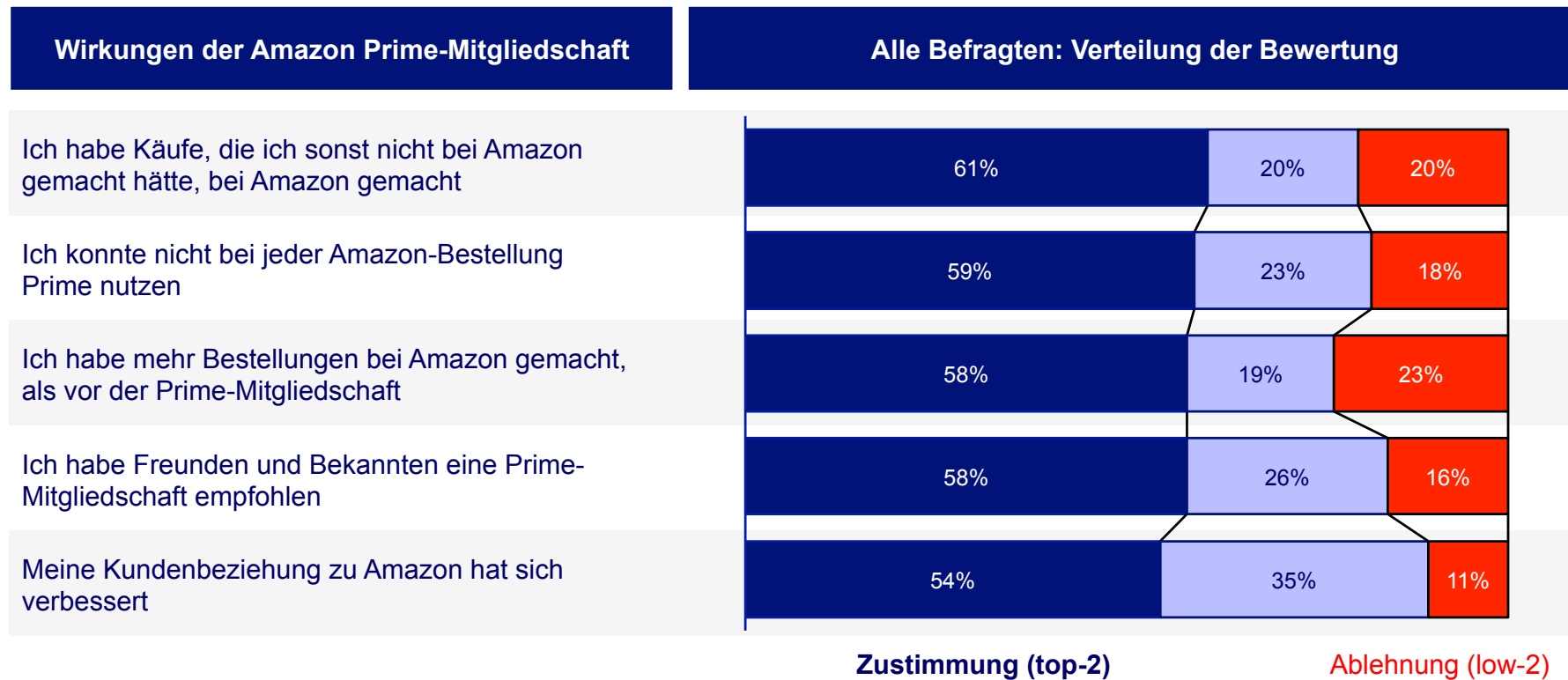
1) Warum sind Sie nicht Amazon-Prime-Kunde?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Von Amazon Prime gehen positive Wirkungen auf die Kundenbindung und den Lifetime-Value der Amazon-Kunden aus



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



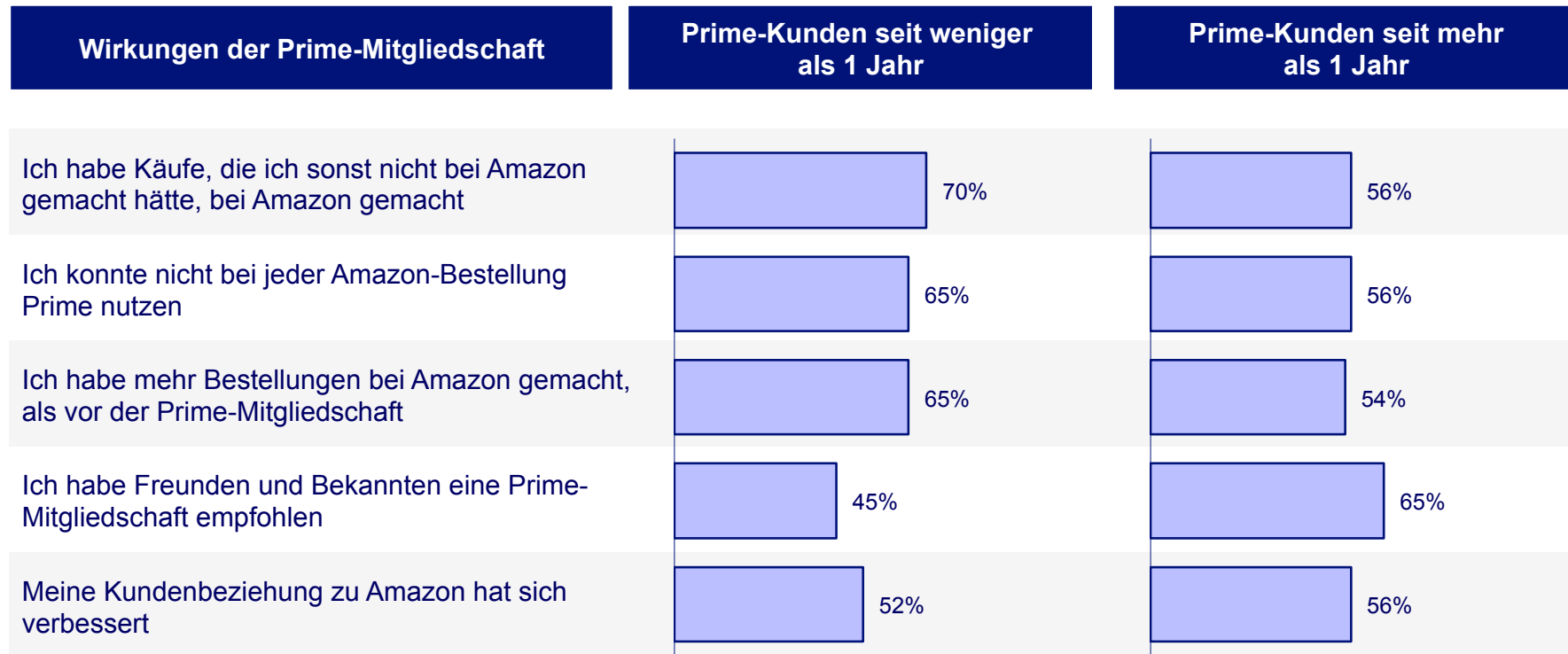
1) Wie hat sich Ihre Prime-Mitgliedschaft ausgewirkt?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Bei Amazon Prime Neukunden sind die Effekte der Nachfrageverlagerung zugunsten Amazons vergleichsweise stärker



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



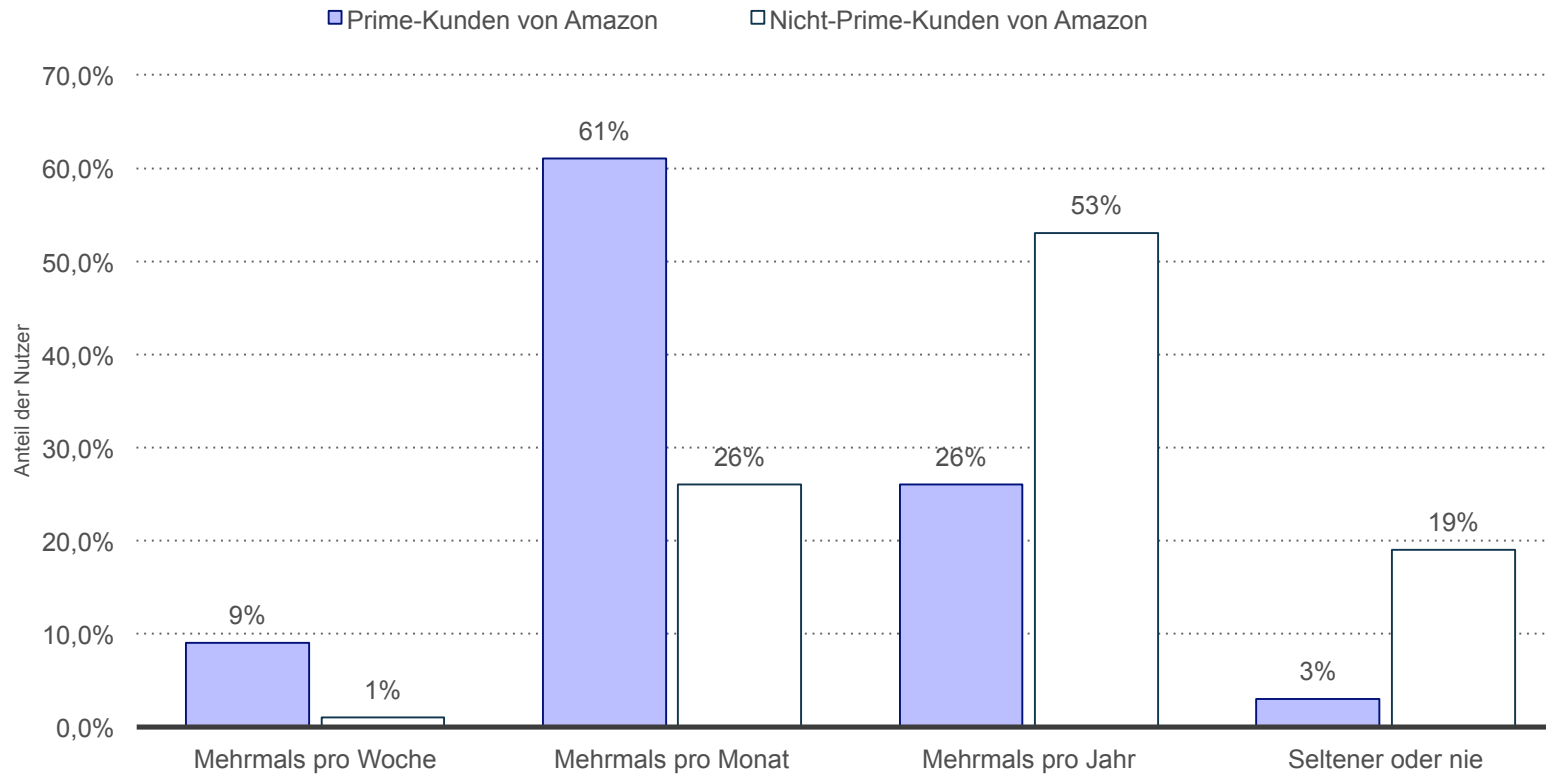
1) Wie hat sich Ihre Prime Mitgliedschaft ausgewirkt?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Mehr als zwei Drittel der Amazon Prime-Kunden bestellen mehrmals im Monat bei Amazon



Amazon Prime-Kunden: Bestellhäufigkeit¹⁾



1) Wie häufig tätigen Sie Bestellungen bei Amazon?

Quelle: **Statista**

Zwischenfazit 1: „Amazon Prime: Die Kundenbeziehung“



- Kunden von Amazon sehen unterschiedliche **USPs** beim Onlinehändler: Im Ranking vorne stehen **schnelle Lieferung** und die **Produktauswahl**. Das Ranking der USPs beim Onlinehändler Amazon ist relativ robust: Ggü. Vj. ist die Bedeutung „günstiger Preise“ angestiegen.
- 23 % der Amazon-Kunden in Deutschland sind auch Prime-Kunden – bei **einem Drittel** startete die Mitgliedschaft vor **weniger als 1 Jahr**.
- Nur ein Teil der Amazon Prime-Leistungen werden aus Sicht der Teilnehmer als sehr **attraktiv** bewertet. Top-Leistungen sind „Der Premiumversand ist gratis“ (95 % attraktiv), „Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Video“ (85 % attraktiv), und „Kostenloser Zugang zu Amazon Prime Instant Music“ (79 % attraktiv).
- Von Amazon Prime gehen positive Wirkungen auf die **Kundenbindung** und den **Lifetime-Value** der Amazon-Kunden aus. Offenbar wird die Jahresgebühr nicht als **Sunk Cost** betrachtet, sondern diese bewirkt einen Mehrkonsum.

„Nach der Preiserhöhung ist vor der Preiserhöhung“: Plus 20 EUR bzw. plus ca. 41 % in der Ankündigung vom Nov. 2016



Preisanpassung in Deutschland: Der Preis steigt von 49 EUR auf 69 EUR



**Preiserhöhung
um 20 EUR**

**Ein Jahr Be-
standsschutz**

Liebe Kundin / lieber Kunde,

vielen Dank, dass Sie Mitglied bei Amazon Prime sind.

Wir schreiben Ihnen heute, um Sie darüber zu informieren, dass sich der Preis von Amazon Prime für neue Mitglieder am 01.02.2017 auf EUR 69 pro Jahr (das entspricht EUR 1.67 mehr pro Monat) ändern wird. Ihr nächster Mitgliedsbeitrag, der am 03.05.2017 fällig ist, wird allerdings noch einmal nur EUR 49 betragen, wenn Sie Ihre Prime-Mitgliedschaft fortsetzen. Der neue Preis fällt für Sie nicht bis zum 03.05.2018 an.

Wir haben Amazon Prime eingeführt, um Ihr Leben einfacher zu machen und Ziel unserer Arbeit ist es, dass Ihre Mitgliedschaft ein Schnäppchen ist. Einige Verbesserungen der letzten Zeit beinhalten:

- Erweiterung des Angebots von Millionen von Prime-fähigen Produkten, die schnell und gratis zu Ihnen nach Hause geliefert werden - ohne Mindestbestellwert
- Streaming von über 2 Millionen Songs - werbefrei - mit Prime Music
- GRATIS Same-Day Lieferung von über 1 Million Produkten in 20 deutschen Metropolregionen
- Tolle Angebote auf Tausende Artikel am Prime Day - Amazons größte Verkaufsaktion aller Zeiten, exklusiv für Prime-Mitglieder
- Aktuell sind mehr als 15.000 Titel für unbegrenztes Streaming verfügbar und es kommen ständig neue Filme und Serien dazu. Exklusive Highlights sind die zweite Staffel der Erfolgsserie "Mr. Robot" sowie die preisgekrönte Amazon Original Serie "Man in the High Castle"
- Vorteile wie unbegrenzter Fotospeicherplatz, früherer Zugriff auf alle Amazon Blitzangebote sowie kostenlose Spieleinhalte mit Twitch Prime

Und wir arbeiten weiter für Sie an Amazon Prime. Sie werden auch in Zukunft Neuigkeiten zu weiteren Prime-Vorteilen und exklusiven Prime-Angeboten erhalten. Sie finden eine Übersicht aller Prime-Vorteile unter amazon.de/prime.

Mit freundlichen Grüßen,

Ihr Amazon Prime Team

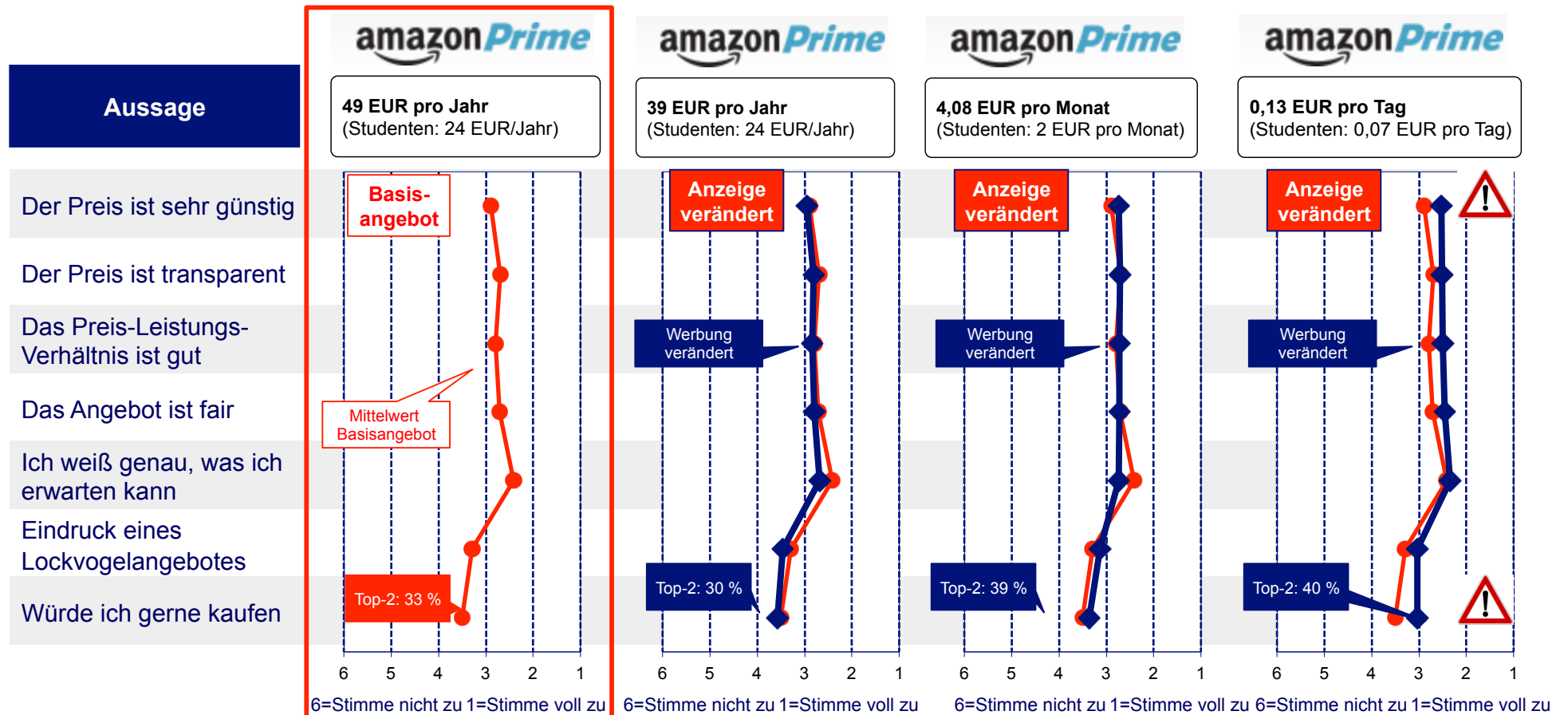
**EUR 1,67 mehr
pro Monat**

**Leistungsver-
besserungen**

Ergebnisse eines Experiments: Hinweise für eine geringe Preiselastizität der Nachfrage



Statementbewertung Werbeanzeige Amazon Prime (4 Experimentalgruppen)



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Signifikante Unterschiede (90 % Sicherh.)

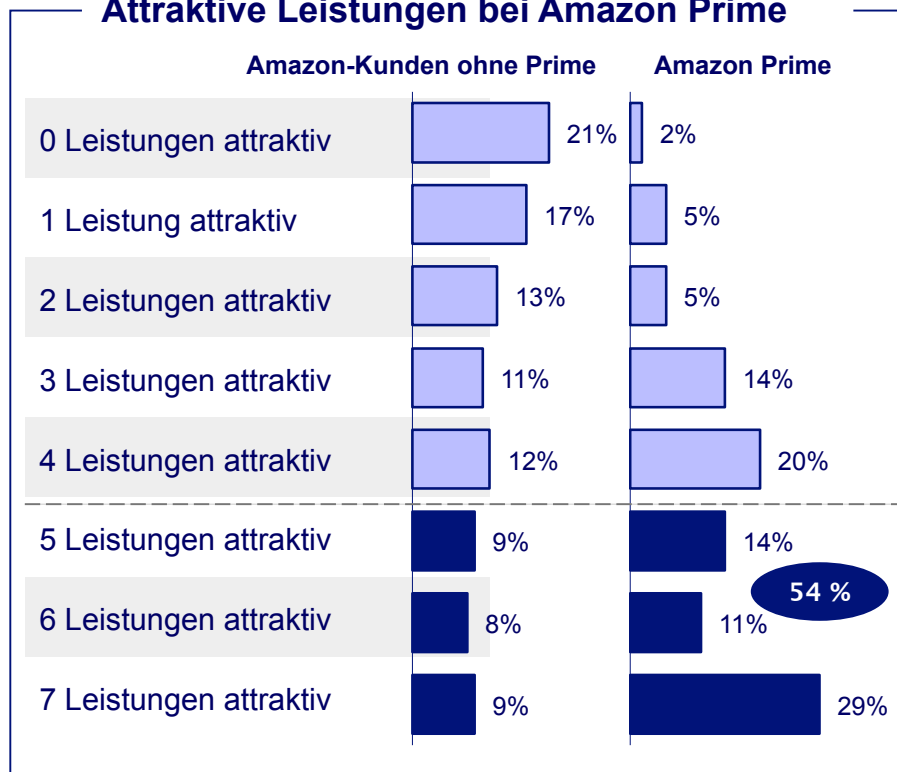


Amazon Prime: Jeder zweite Kunde findet fünf und mehr Leistungen des Abos attraktiv

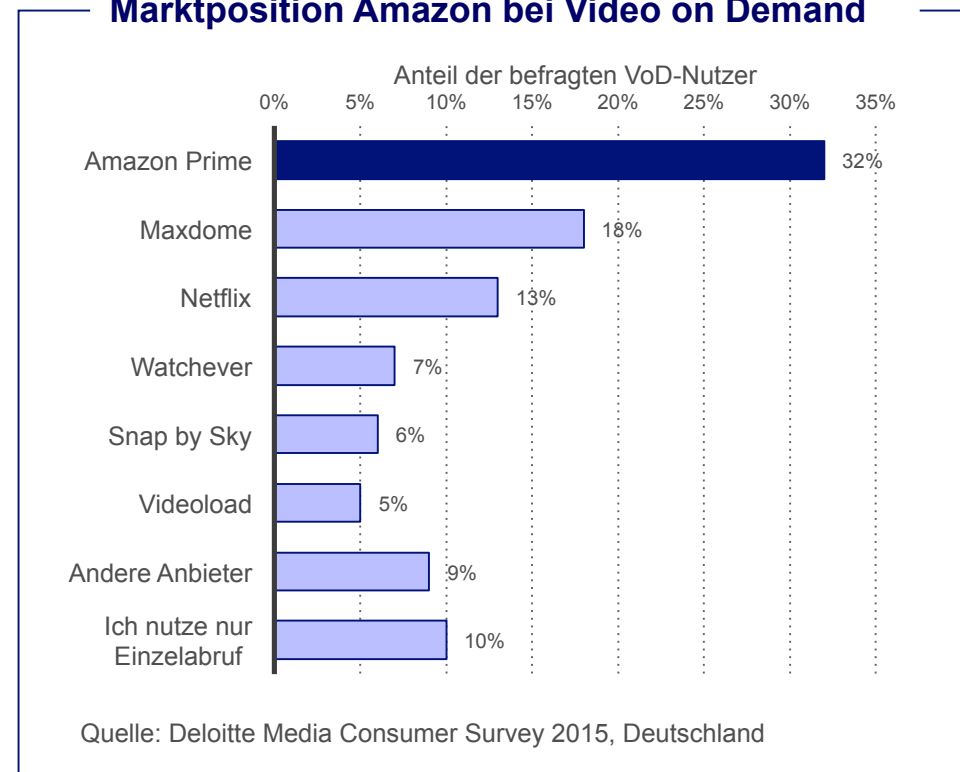


Attraktivitätsbewertung von Prime-Leistungen und Marktposition Amazon bei VoD

Attraktive Leistungen bei Amazon Prime



Marktposition Amazon bei Video on Demand



Trotz der Hinweise, dass ein erheblicher Teil der US-Kunden die Preiserhöhung nicht akzeptiert, fortgesetztes Wachstum von Prime



Artikulierte Preissensitivität der der US-Kunden und Entwicklung der Prime-Mitgliedszahlen

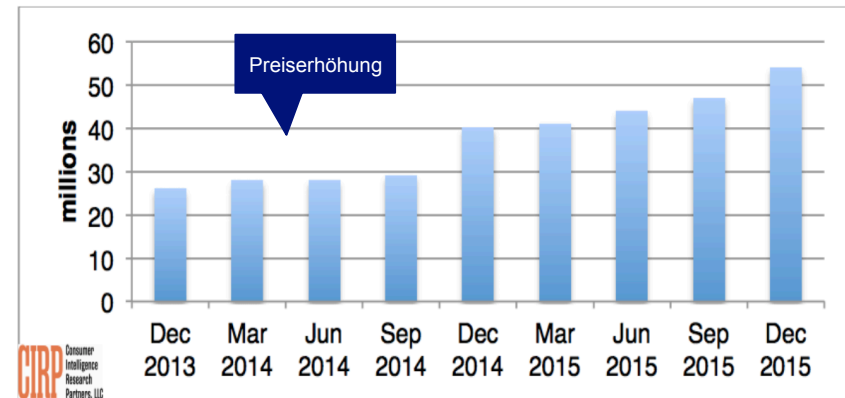
Studienergebnisse zur Preissensitivität

- Marktforschungsstudien deuten auf eher preiselastisches Verhalten der Kunden:
 - „Bizrate Insights (as reported by USA Today) found that 46 percent of respondents felt that the current \$79 price tag was already "too high," with 39 percent saying they would cancel their membership if fees rose by \$10 or \$20.“
 - „A UBS survey reported by Forbes, meanwhile, found that 94 percent of people were happy to keep their subscriptions at the going rate. Once the price jumped by \$20 or \$40, however, that number dropped to 58 percent and 24 percent, respectively.“

Quelle: <http://motherboard.vice.com/read/how-far-can-amazon-push-its-customers-loyalty>

Abschätzung Prime-Mitgliedszahlen USA

Chart 1: US Amazon Prime Members



- Im März 2014 kündigt Amazon eine Preiserhöhung in den USA von 79 \$ auf 99 \$ an.
- Ein Jahr später hat Amazon Prime in den USA ca. 10 Mio. Mitglieder zusätzlich.

Zwischenfazit 2: „Amazon Prime: Gründe für geringe Abonnement-Verluste trotz massiver Preiserhöhung“



- Amazon Prime ist **mehr** als nur ein Premium Lieferdienst. Jeder zweite Kunde findet 5 und mehr Leistungen des Abos attraktiv. Das bedeutet, dass die Prime-Kunden eine hohe Wertschätzung für das Leistungs-bündel haben. Eine starke Beanspruchung von Leistungen, die über die Logistik hinausgehen, ist beispielsweise an der dominierenden Marktstellung von Amazon bei **Video-on-Demand** erkennbar.
- Das **Timing** der Kommunikation führt dazu, dass die wichtigste Leistung von Amazon Prime (kostenlose Lieferung) besonders wertig erscheint. Das Weihnachtsgeschäft führt zu einer besonders starken Beanspruchung des Services an **kostenlosen Lieferungen**. Der Bestandschutz ist ein weiterer Faktor: Kunden mit bestehendem Abo erhalten für ein Jahr eine Abo-Veränderung zum „alten Preis von 49 EUR“. Dies reduziert den **Impuls** für eine sofortige **Kündigung**.
- Auch der **Analogieschluss** zur Situation in den **USA** (Preiserhöhung in 2014) lässt vermuten, dass die Kundenabwanderung aufgrund der deutlichen Preiserhöhung auch in Deutschland begrenzt sein wird.