

# OpinionTRAIN (2020)

## „Das Prime-Abo als Motor für die Amazon-Wachstumsgeschichte“

Studie „OpinionTRAIN 2020“ untersucht zum zweiten Mal die Bedeutung von Amazon Prime als Wachstumsmotor des eCommerce-Giganten

Bonn, März 2021

**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](mailto:andreas.kraemer@exeo-consulting.com)

[www.exeo-consulting.com](http://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](mailto:j.hercher@rogator.de)

[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

# Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Opinion-TRAIN“: Die zweite Erhebung erfolgt ca. 6 Monate nach der ersten

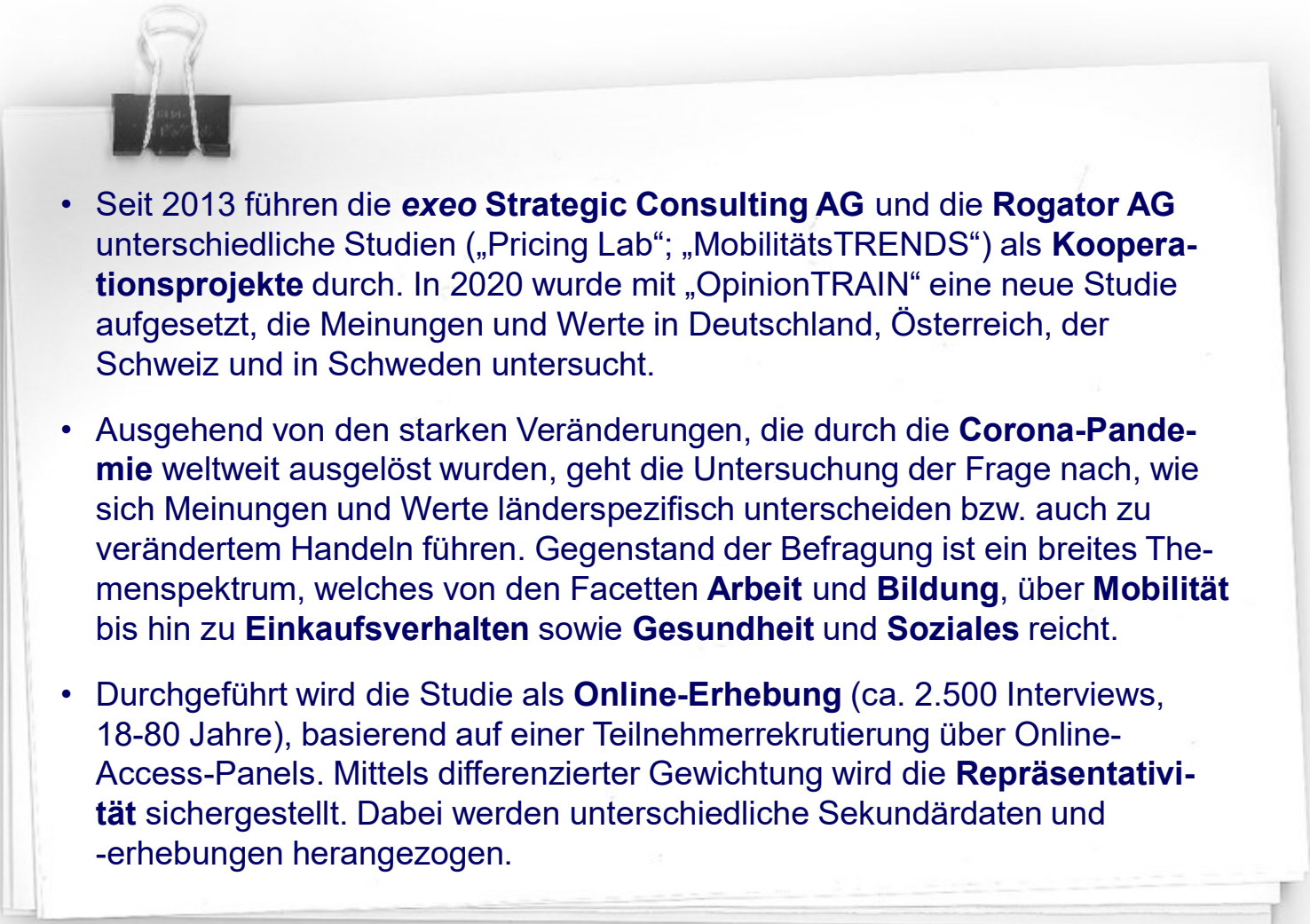
Opinion  
TRAIN

## Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=2.523** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (D, A, CH, SWE).
- Dauer der Befragung: ca. **25 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 20.11. bis 4.12.2020 (1. Befragung: 4. 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**.

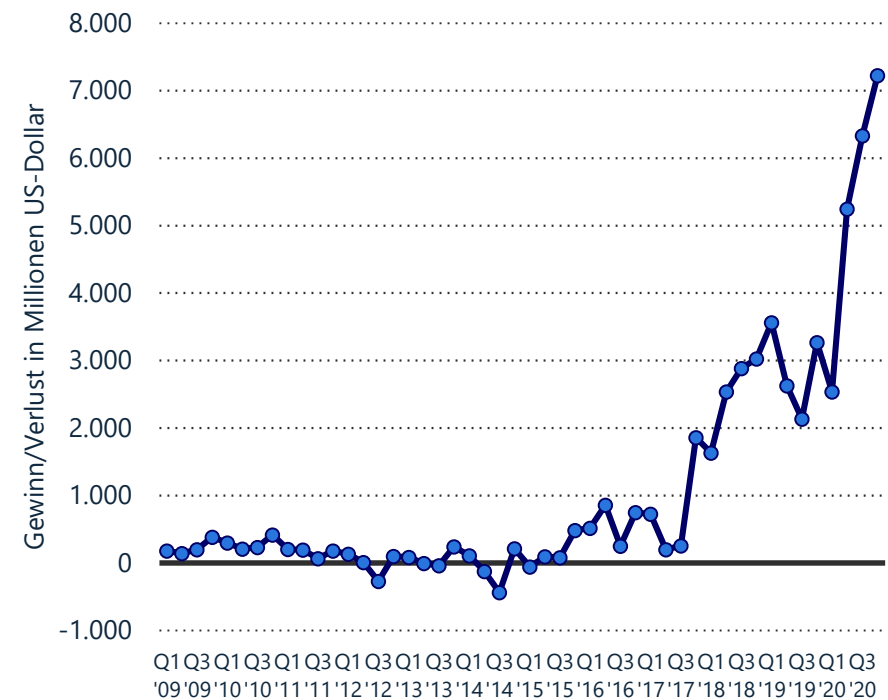
## Kern-Ergebnisse (Auszüge)

- Die bereits hohen Anteile von **Prime-Abonnenten** in Deutschland und Österreich sind während der Corona-Krise weiter angestiegen.
- Im Ranking der **wichtigsten Merkmale** liegen **schnelle Lieferung** und die **Produktauswahl** vorne, „günstige Preise“ erreichen Platz 3.
- Das Prime-Abo ist für **Amazon** ein zentraler **Wachstumstreiber**. Während des zweiten Lockdowns hat der Trend zu Online-Bestellungen zugenommen – Amazon-Prime-Kunden zeigen besonders starke Zuwächse.
- Amazon-Prime-Kunden beurteilen das **Dynamic Pricing** überwiegend kritisch, auch im Bereich Elektronik und Haushaltstechnik.
- Im Vergleich zur Vormessung im Apr./Mai 2020 ist der **Net Promoter Score (NPS®)** von Amazon in Deutschland **gesunken**.

- 
- 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 wurden, 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.

**Opinion  
TRAIN**

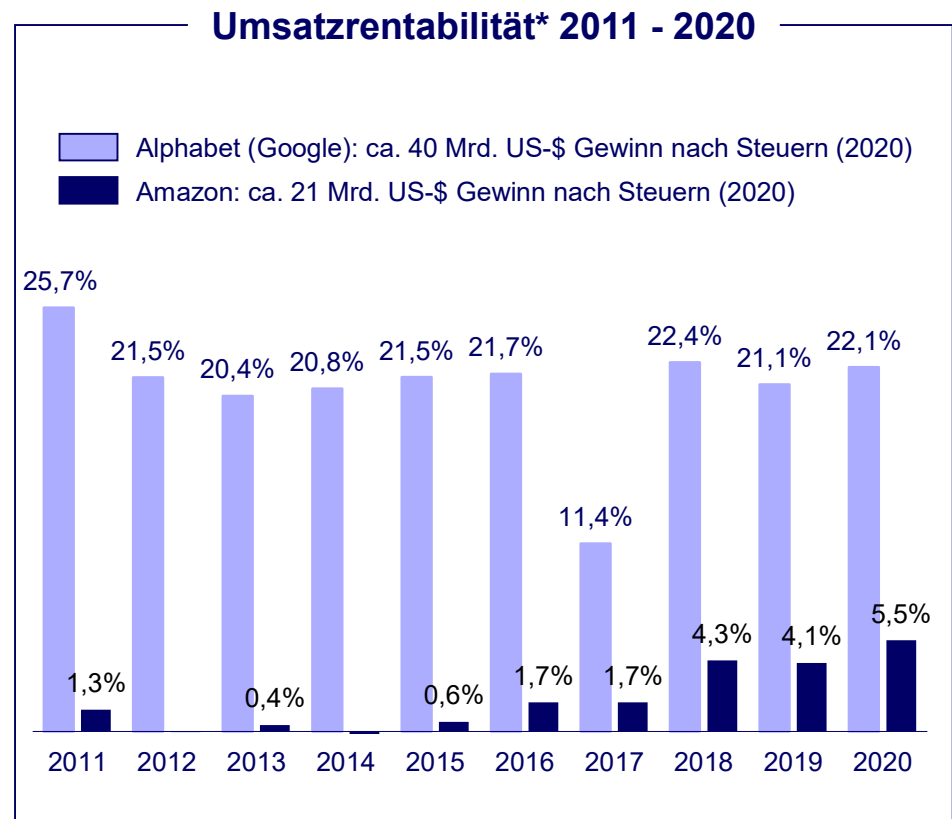
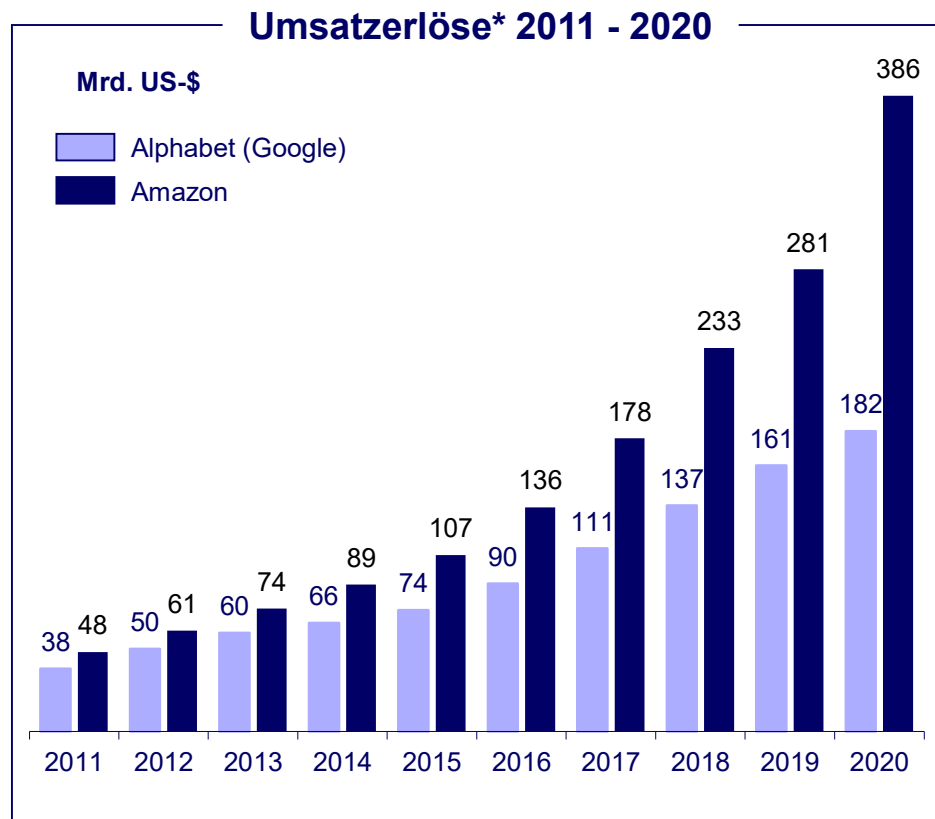
## Gewinn von Amazon weltweit bis zum 4. Quartal 2020



# Amazon verbucht in 2020 mehr als doppelt so hohe Umsätze wie Alphabet (Google), das Ergebnis beträgt mit ca. 21 Mrd. US-\$ aber nur etwa die Hälfte

Opinion  
**TRAIN**

## Umsätze und Umsatzrentabilität im Vergleich: Amazon vs. Alphabet

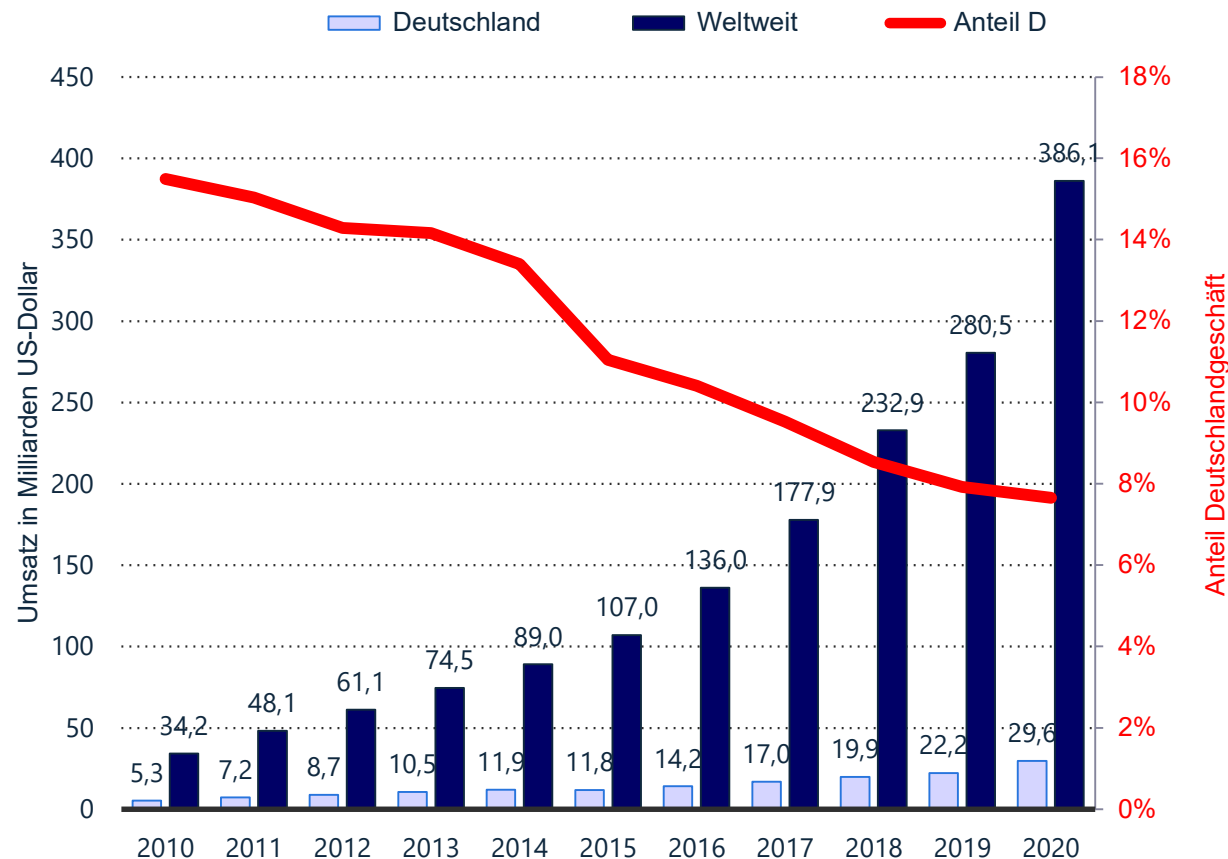


\* Ergebnis nach Abzug von Steuern / Umsatzerlöse; Datenbasis <http://www.finanzen.net>.

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

Opinion  
**TRAIN**

## Umsatz von Amazon in Deutschland und weltweit 2010-2020



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)\*

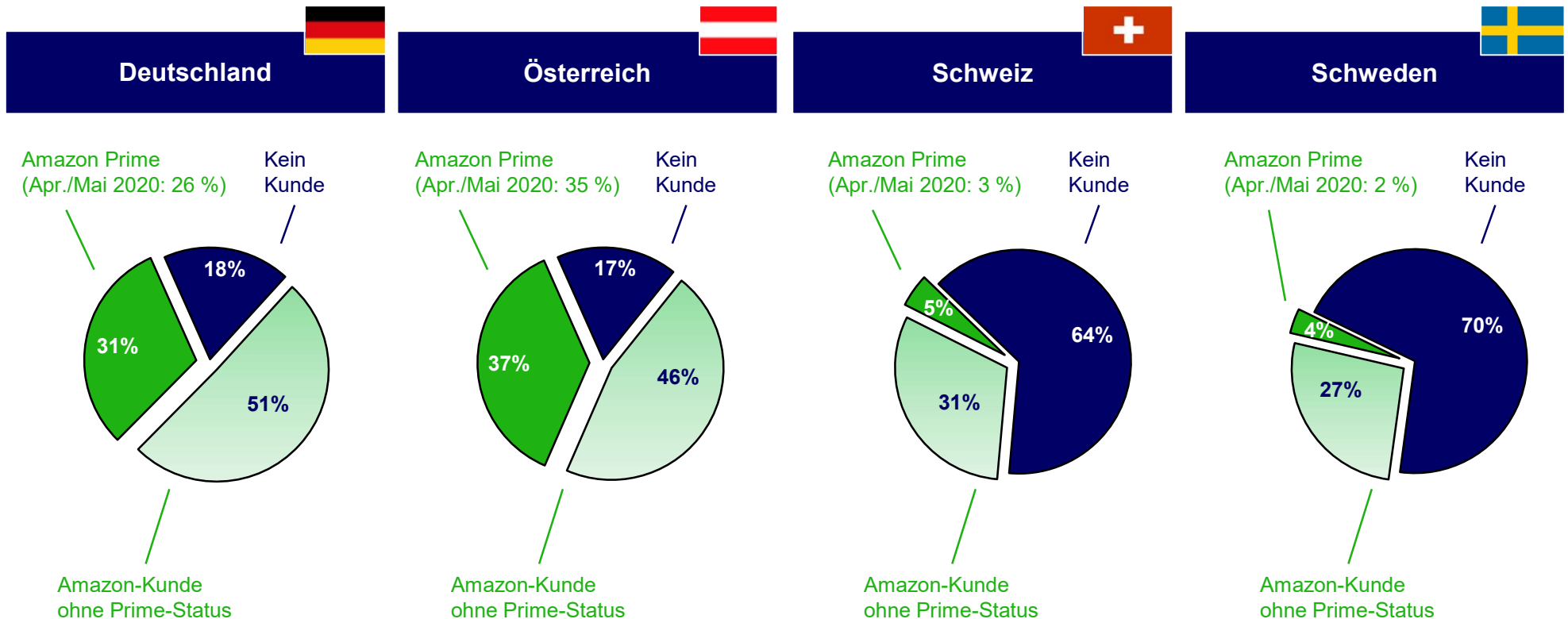
\* <https://www.n-tv.de/wirtschaft/Amazon-steigert-Gewinn-in-Krise-massiv-article21943994.html>

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

# Die bereits hohen Anteile von Prime-Abonnenten in Deutschland und Österreich sind während der Corona-Krise weiter angestiegen

Opinion  
TRAIN

## Amazon-Kundenstatus nach Untersuchungsregion<sup>1)</sup>



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon? Ohne „Weiß nicht“

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

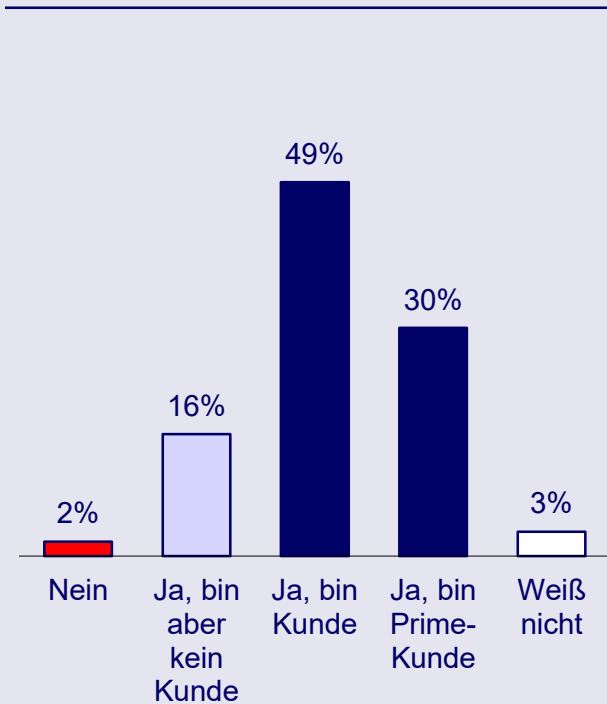
# Der Anteil der Befragten in Deutschland, die über ein Amazon-Prime-Abo verfügen, liegt bei 30 % – in 2016 betrug der Vergleichswert noch 18 %

Opinion  
TRAIN

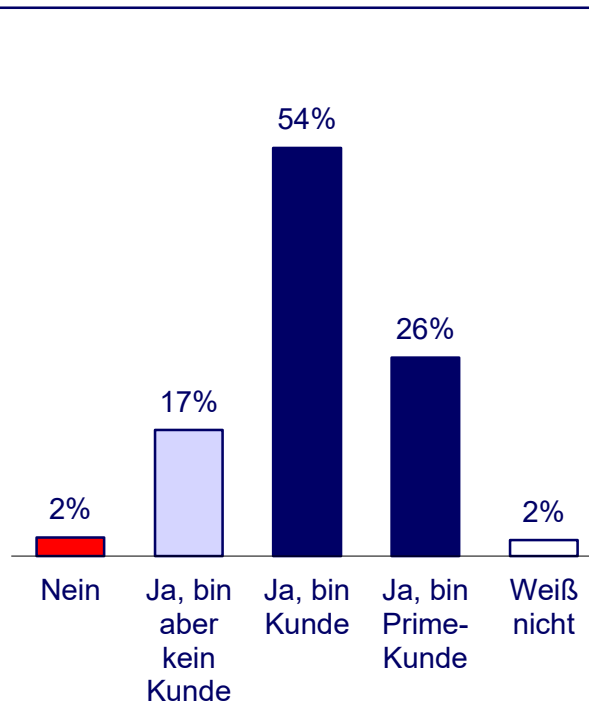


## Bekanntheit und Nutzung von Amazon in Deutschland (Befragte in %)<sup>1)</sup>

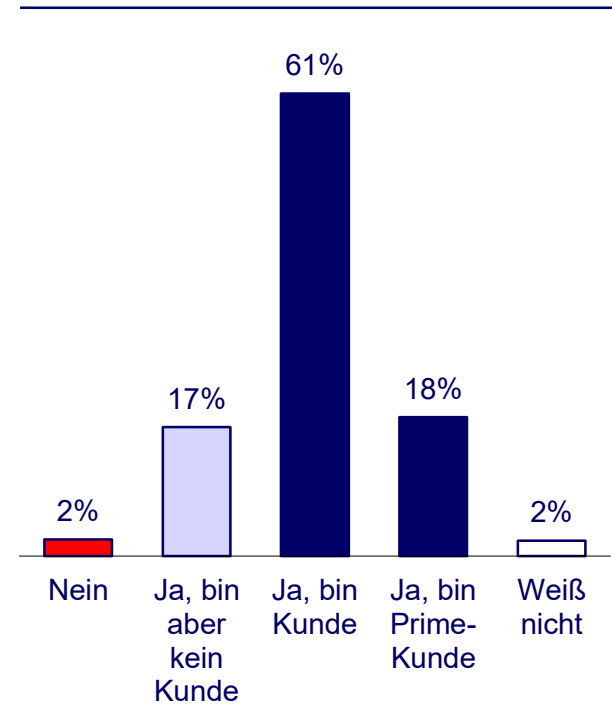
Alle Befragten; Nov./Dez. 2020



Alle Befragten; Juli 2019



Alle Befragten; Juli 2016



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

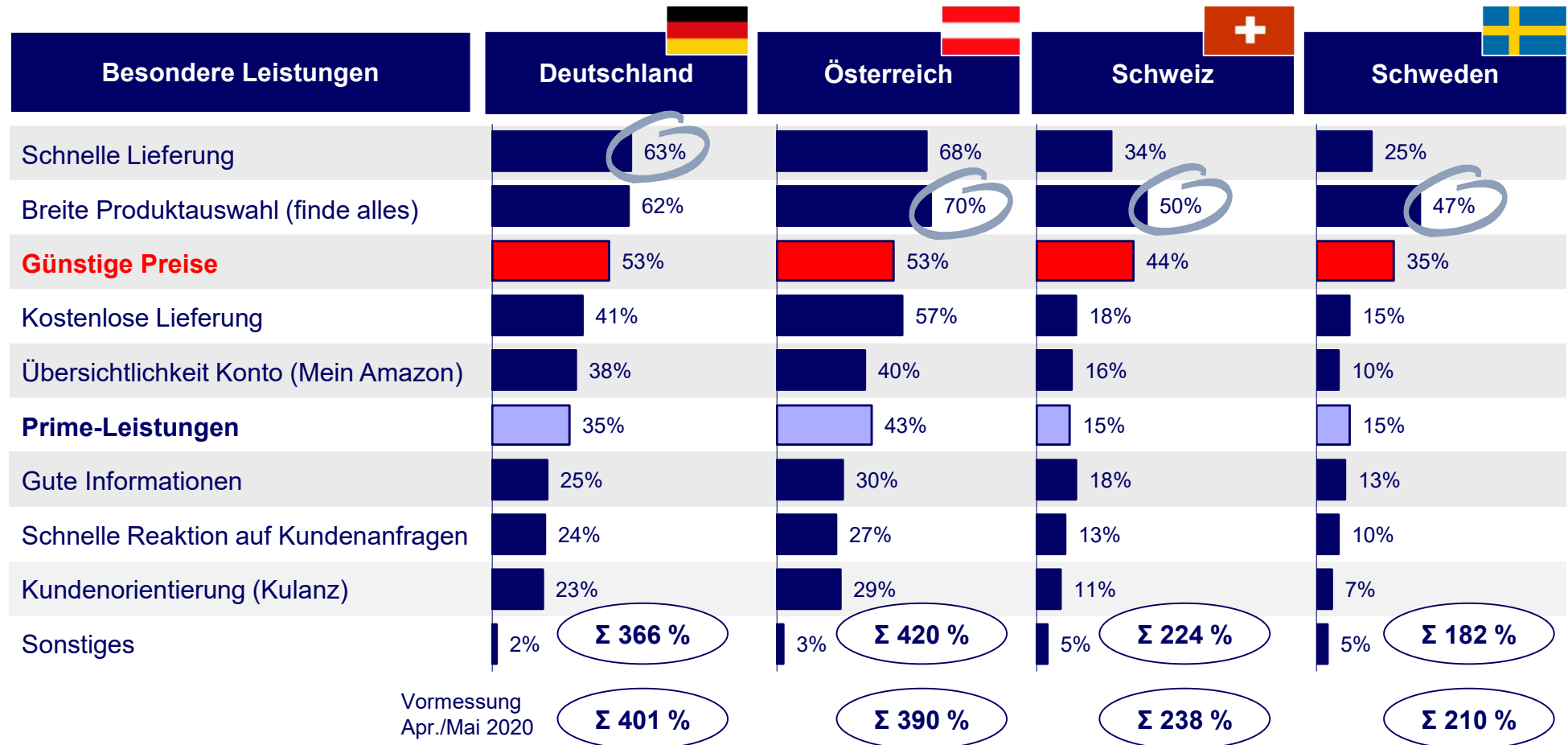
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG



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

Opinion  
TRAIN

## Überlegene Leistungen von Amazon (Mehrfachantwort, Amazon-Kunden in %)<sup>1)</sup>

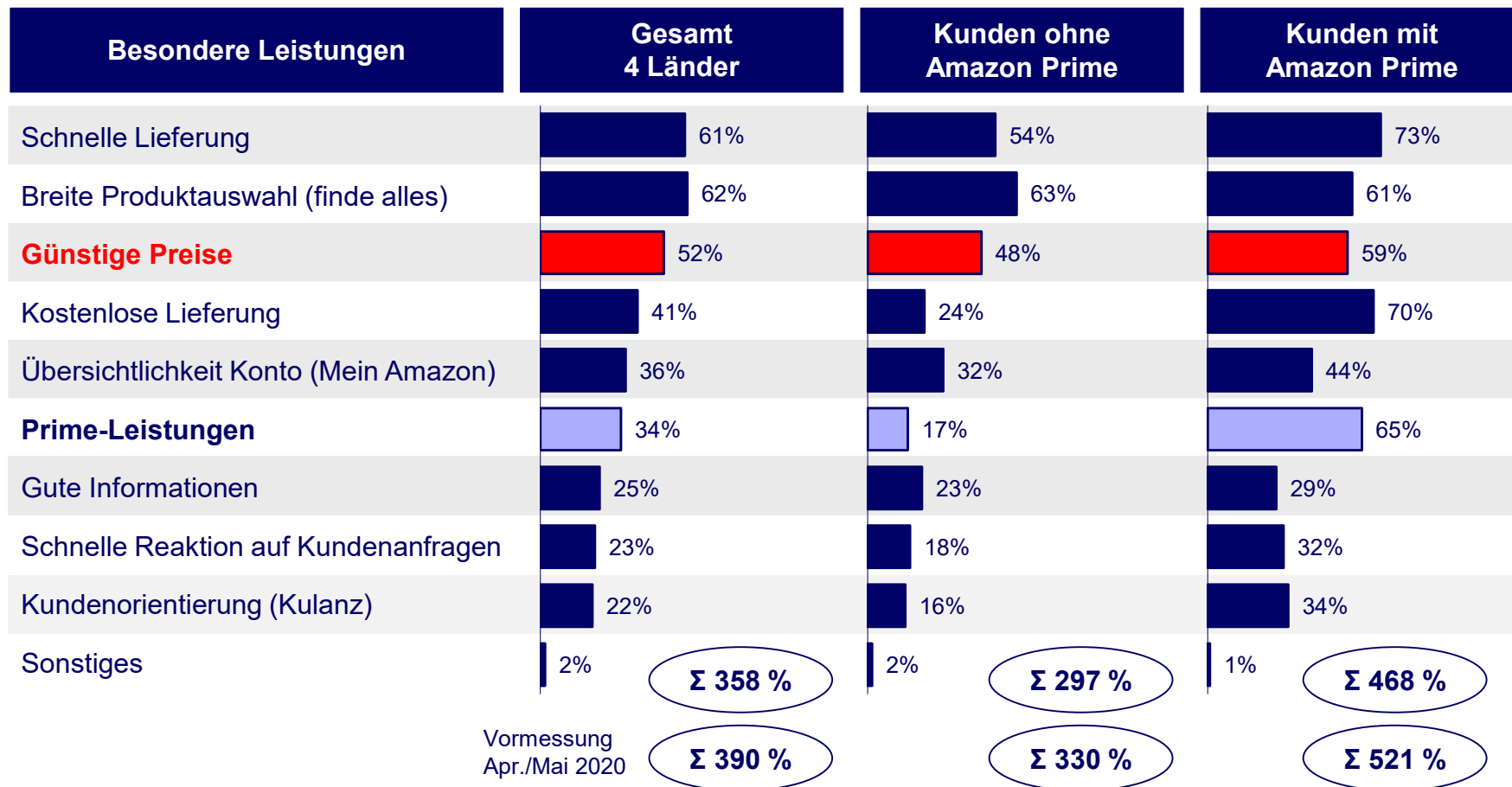


1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

# Amazon-Prime-Kunden sehen im Mittel häufiger USPs beim Onlinehändler

Opinion  
TRAIN

## Überlegene Leistungen von Amazon (Mehrfachantwort, Amazon-Kunden in %)<sup>1)</sup>



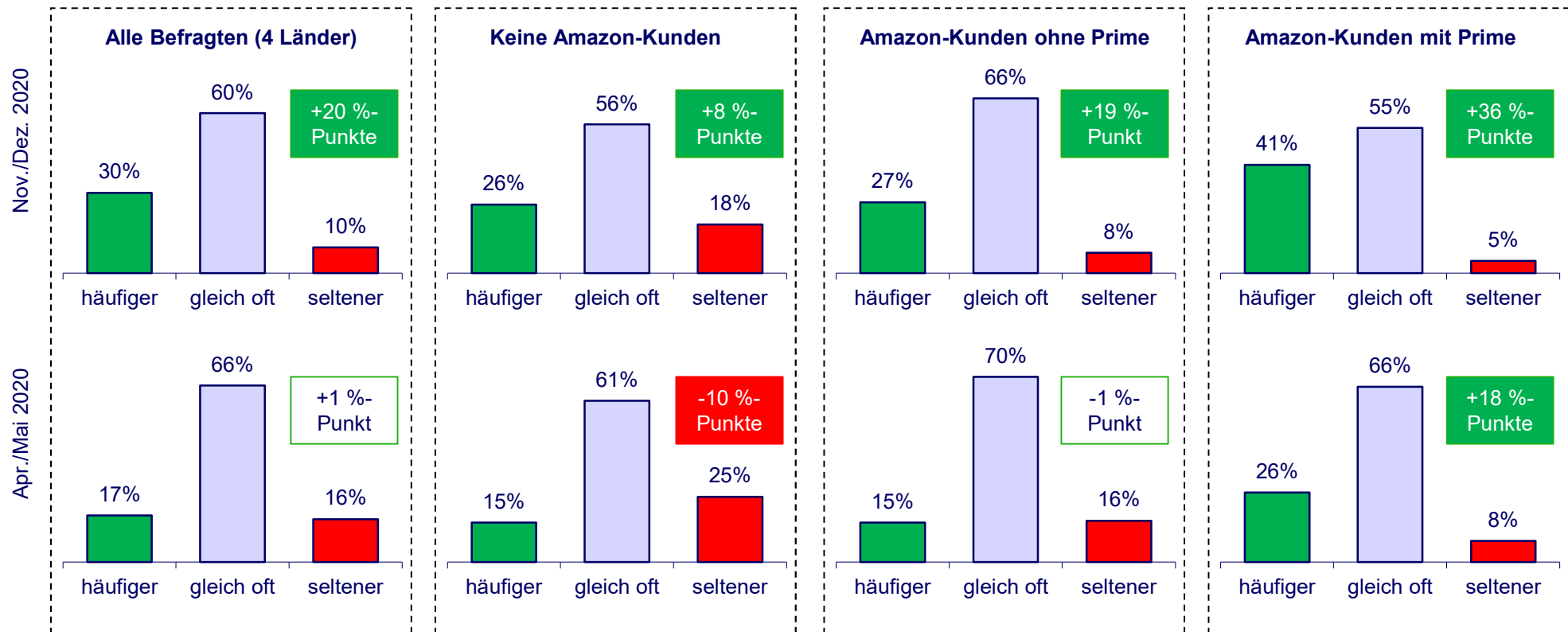
1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

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

# Während des zweiten Lockdowns hat der Trend zu Online-Bestellungen zugenommen – Amazon-Prime-Kunden mit besonders starken Zuwächsen

Opinion  
TRAIN

## Online-Bestellung während der Corona-Krise (% aller Befragten)<sup>1)</sup>



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 Okt. und Nov. 2020 (% aller Befragten)<sup>1)</sup>

Geschäftstypen	Kein Amazon-Kunde	Amazon-Kunde ohne Prime-Abo	Amazon-Kunde mit Prime-Abo
Supermarkt (Edeka, Rewe etc.)	72%	81%	86%
Discounter (Aldi, Lidl, Netto etc.)	68%	75%	69%
Bäckerei-Fachgeschäft	52%	51%	54%
Verbrauchermarkt (Real, Kaufland)	44%	45%	44%
Metzgerei-Fachgeschäft	32%	28%	30%
<b>Online</b>	17%	17%	28%
Wochenmarkt/Bauernmarkt	23%	18%	16%
Kiosk in der Nähe	11%	10%	10%
Bio-Laden/Bio-Supermarkt	8%	7%	8%
Tante-Emma-Laden	6%	2%	3%

Mittelwert alle Befragten: 21 %

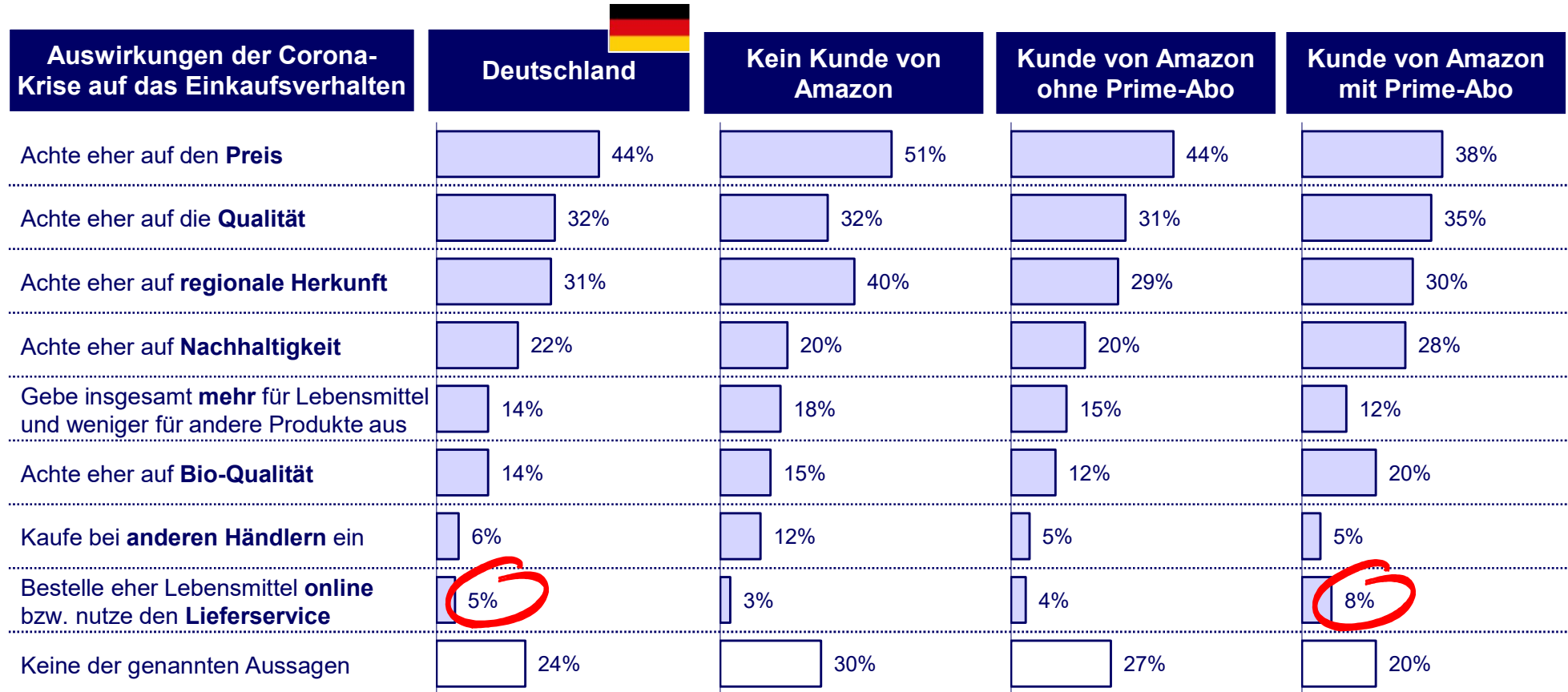
1) Wo haben in den letzten 2 Monaten Lebensmittel gekauft?

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

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

Opinion  
TRAIN

## Nachhaltiger Einfluss der Corona-Krise auf das Einkaufsverhalten bei Lebensmitteln (% aller Befragten)<sup>1)</sup>



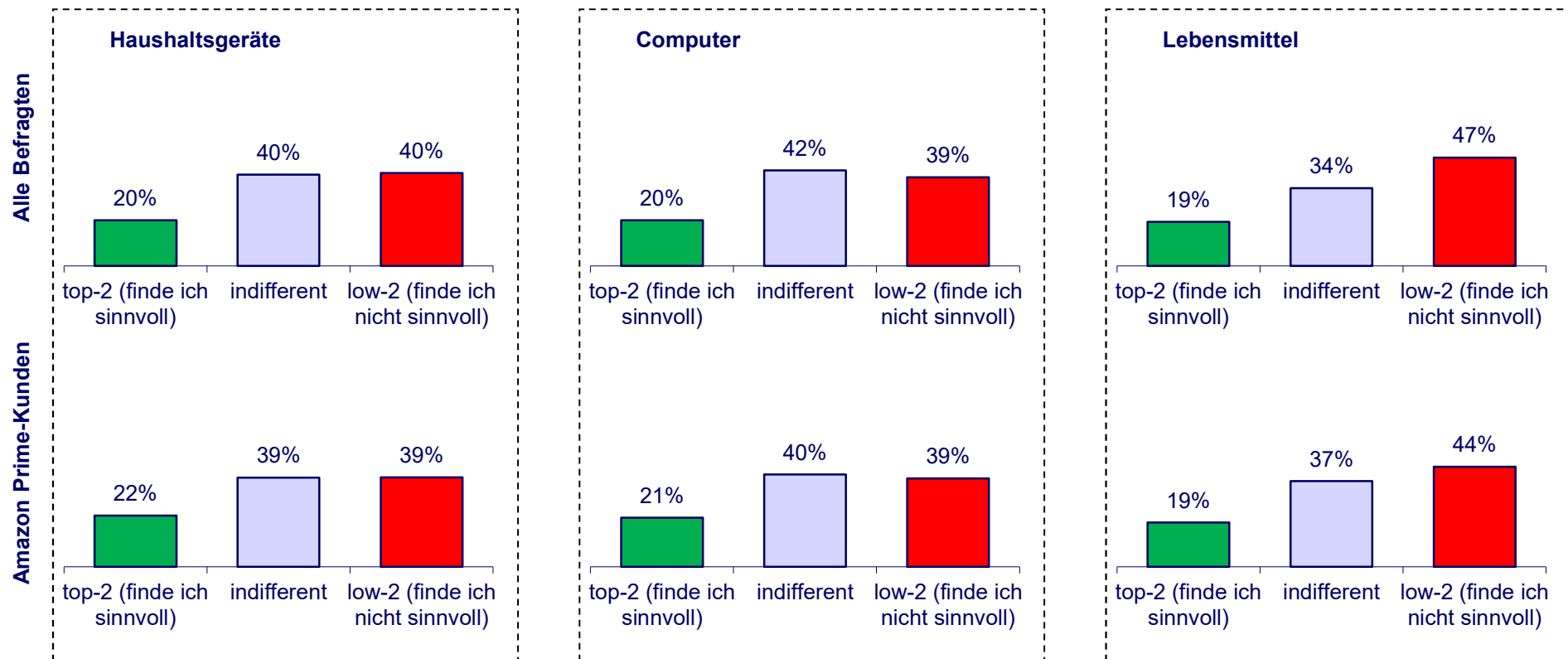
1) Was glauben Sie, was wird sich zukünftig durch die Corona-Krise an Ihrem Einkaufsverhalten ändern?

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

# Amazon-Prime-Kunden beurteilen das Dynamic Pricing überwiegend kritisch: 39 % finden den Einsatz z.B. bei Haushaltsgeräten nicht sinnvoll

Opinion  
TRAIN

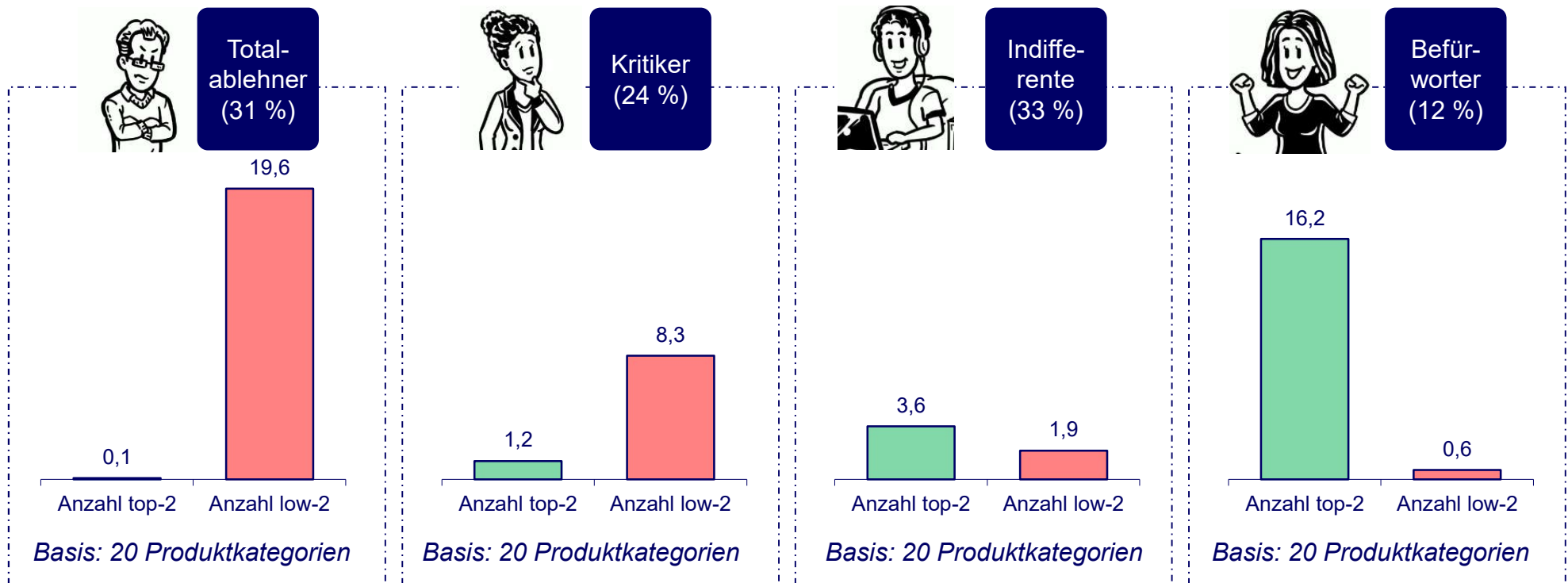
## Bewertung eines Dynamic Pricing nach Produktkategorie (% aller Befragten)<sup>1)</sup>



- 1) Im Handel wird das Thema einer dynamischen Preisgestaltung diskutiert, bei dem die Produktpreise häufiger angepasst werden. D.h. wenn die Nachfrage steigt, steigt der Preis, wenn die Nachfrage fällt, sinkt der Preis. Bei welchen Produkten fänden Sie das sinnvoll? Bitte nutzen Sie eine Skala von 1 = „Finde ich sehr sinnvoll“ bis 6 = „Finde ich nicht sinnvoll“.

# Das Verbrauchersegment der „Totalablehner“ lehnt ein Dynamic Pricing in fast allen vorgestellten Produktkategorien ab

Alle Befragten: Bewertung eines Dynamic Pricing nach Produktkategorie (Anzahl der Produktkategorien mit Zustimmung/Ablehnung)<sup>1)</sup>

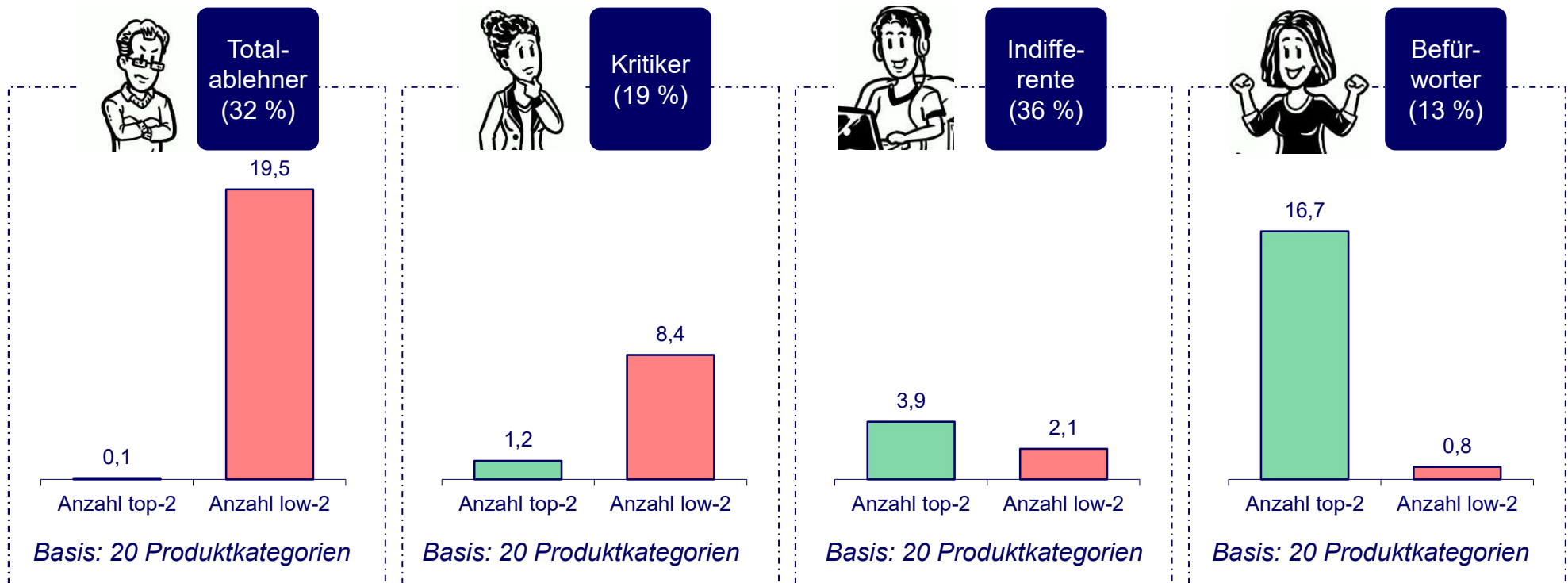


- 1) Im Handel wird das Thema einer dynamischen Preisgestaltung diskutiert, bei dem die Produktpreise häufiger angepasst werden. D.h. wenn die Nachfrage steigt, steigt der Preis, wenn die Nachfrage fällt, sinkt der Preis. Bei welchen Produkten fänden Sie das sinnvoll? Bitte nutzen Sie eine Skala von 1 = „Finde ich sehr sinnvoll“ bis 6 = „Finde ich nicht sinnvoll“. Segmentierung auf Basis einer K-Means Clusterung unter Einbeziehung der 20 Einzelbewertungen zur Akzeptanz des Dynamic Pricing.

# Eine kritische Haltung der Verbraucher zum Dynamic Pricing ist auch bei Kunden mit Amazon Prime-Abo erkennbar

Opinion  
TRAIN

## Amazon Prime-Kunden: Bewertung eines Dynamic Pricing nach Produktkategorie (Anzahl der Produktkategorien mit Zustimmung/Ablehnung)<sup>1)</sup>



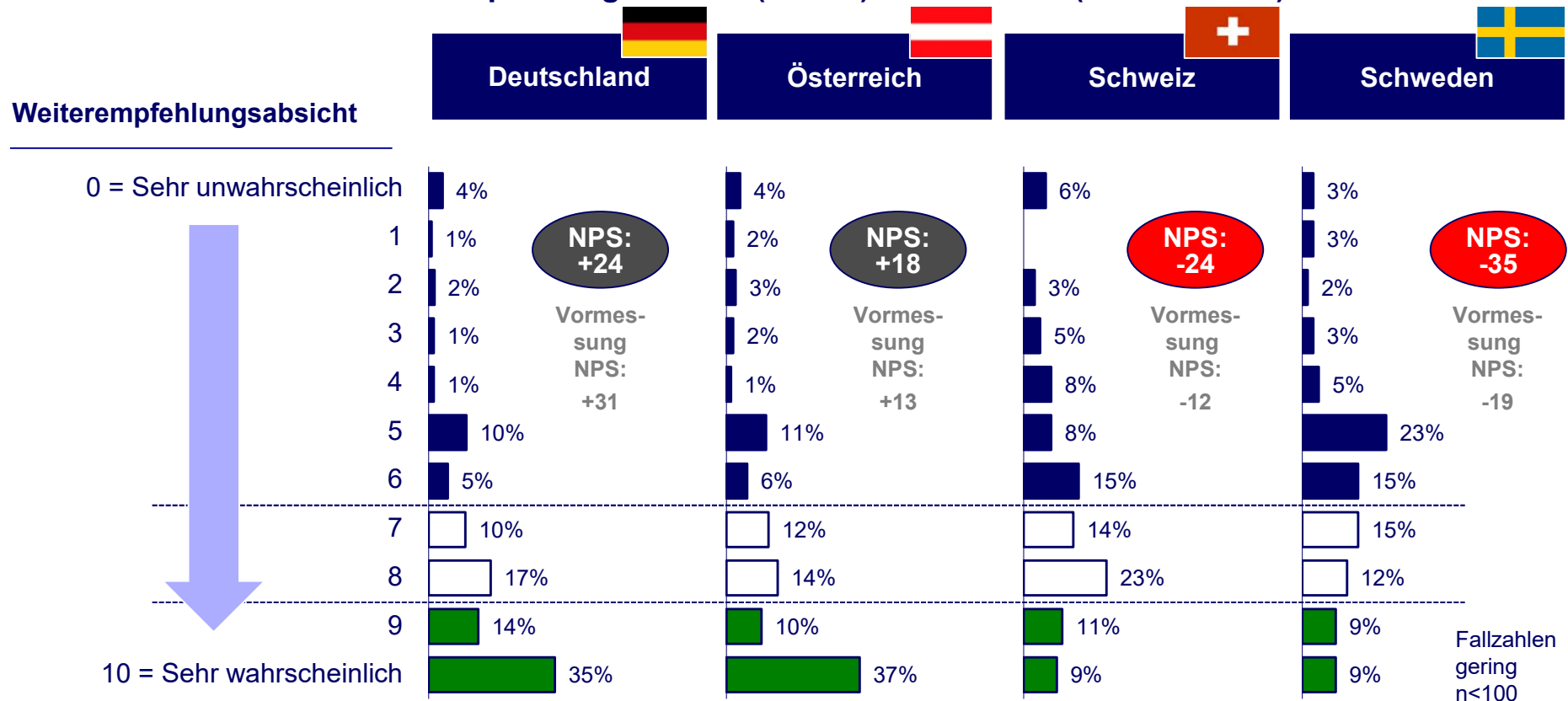
- 1) Im Handel wird das Thema einer dynamischen Preisgestaltung diskutiert, bei dem die Produktpreise häufiger angepasst werden. D.h. wenn die Nachfrage steigt, steigt der Preis, wenn die Nachfrage fällt, sinkt der Preis. Bei welchen Produkten fänden Sie das sinnvoll? Bitte nutzen Sie eine Skala von 1 = „Finde ich sehr sinnvoll“ bis 6 = „Finde ich nicht sinnvoll“. Segmentierung auf Basis einer K-Means Clusterung unter Einbeziehung der 20 Einzelbewertungen zur Akzeptanz des Dynamic Pricing.



# Im Vergleich zur Vormessung im Apr./Mai 2020 ist der Net Promoter Score® (NPS®) von Amazon in Deutschland gesunken

Opinion  
TRAIN

## Weiterempfehlungsabsicht (NPS®) von Amazon (% der Nutzer)<sup>1)</sup>



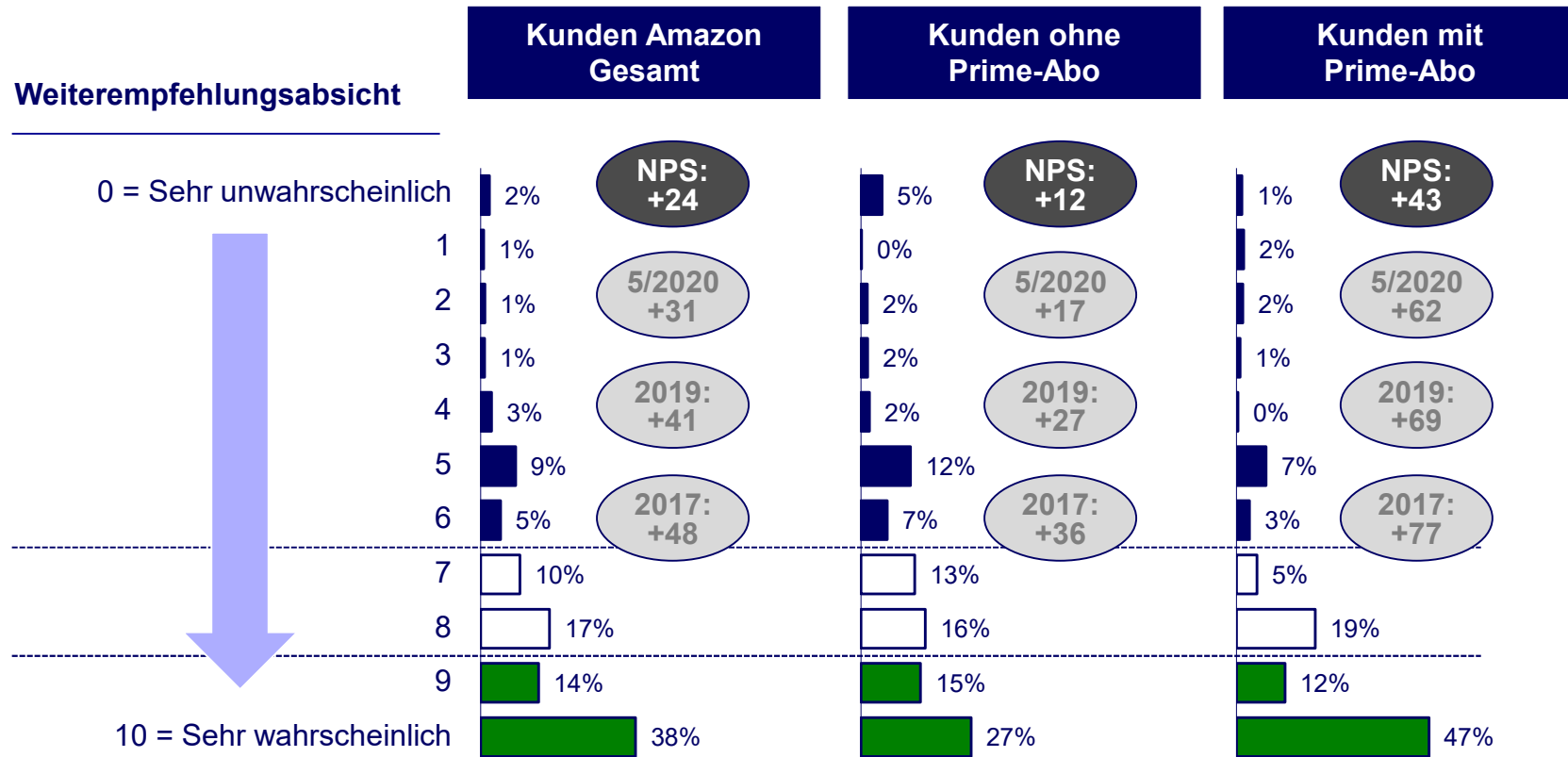
1) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Amazon einem Freund oder Kollegen empfehlen? Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unwahrscheinlich“ und 10 „Sehr wahrscheinlich“ ist. Rundungsbedingte Abweichung möglich.

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

Opinion  
TRAIN



## Weiterempfehlungsabsicht (NPS®) von Amazon (% der Nutzer)<sup>1)</sup>



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.