

OpinionTRAIN (2021)

„Preiserhöhung als Belastungsprobe für die Prime-Kundenloyalität“

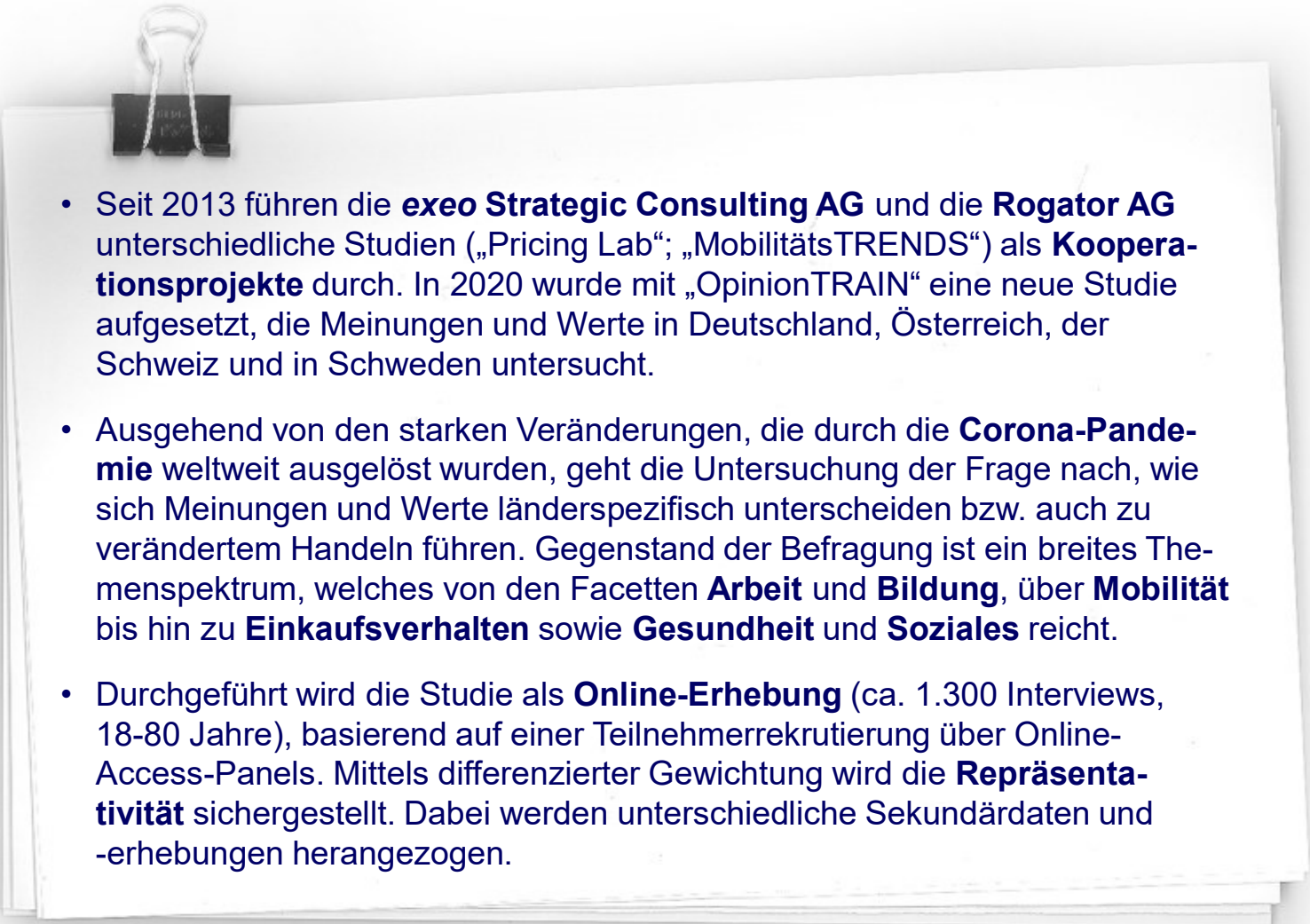
Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht die die Kundenbindung bei Amazon Prime vor dem Hintergrund der angekündigten Preissteigerungen

Bonn und Nürnberg, 3. August 2022

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

- 
- 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. 1.300 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.

Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Opinion-TRAIN“: Die vierte Erhebung erfolgte im Mrz./Apr. 2022

Opinion
TRAIN

Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=1.357** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (n=957 Verbraucher, n=382 Entscheider im Unternehmen)
- Dauer der Befragung: ca. **23 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 23.03. bis 11.04.2022 (vierte Erhebung).
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
 - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
 - B. Einkaufsverhalten und Medien
 - C. Mobilität und Autokauf
 - D. Gesundheit und Soziales
 - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz repräsentativ **gewichtet**.

Kern-Ergebnisse (Auszüge)*

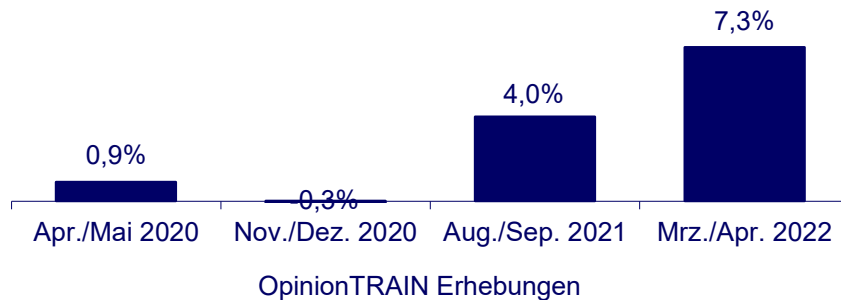
- **Amazon** wächst zwar weiter, hat aber im ersten Quartal 2022 ein massives **Ergebnisproblem**. Seither hat sich die offiziell ausgewiesene, aber noch stärker die gefühlte Inflation drastisch erhöht. Die **Verbraucher** reagieren mit **Konsumverweigerung**.
- Das Bestandswachstum bei Amazon **Prime** war in den letzten Jahren (auch Corona-bedingt) sehr positiv, gerät aber aktuell an **Grenzen**. Bei geringerem Bestellvolumen und stärkerer Parallelnutzung von Streamingdiensten der Wettbewerber **verliert** Prime an **Attraktivität**.
- Der Net-Promoter-Score liegt auf einem hohen Niveau, aber die geplanten **Preissteigerungen** von 30 % (ab Sep. 2022) führen zu einem **Bestandsrisiko** – anders als in 2017, als Amazon die letzte Preiserhöhung verkündete.

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

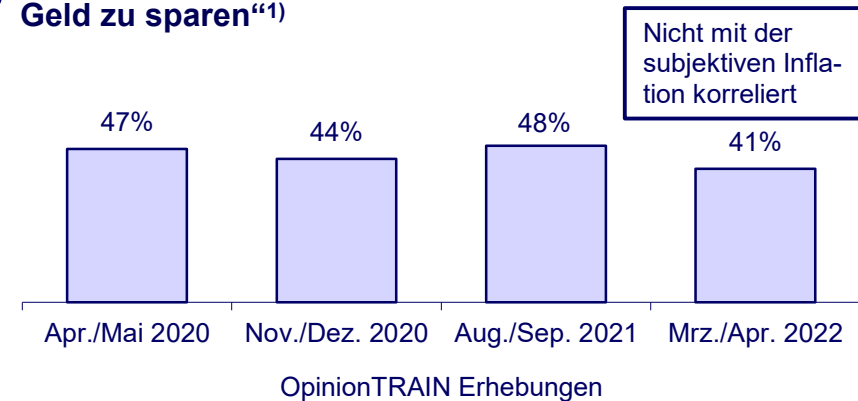
Die Verbraucher sind durch die hohen wahrgenommenen Preissteigerungen verunsichert – hohe Inflation führt nicht zu mehr Konsum

Opinion
TRAIN

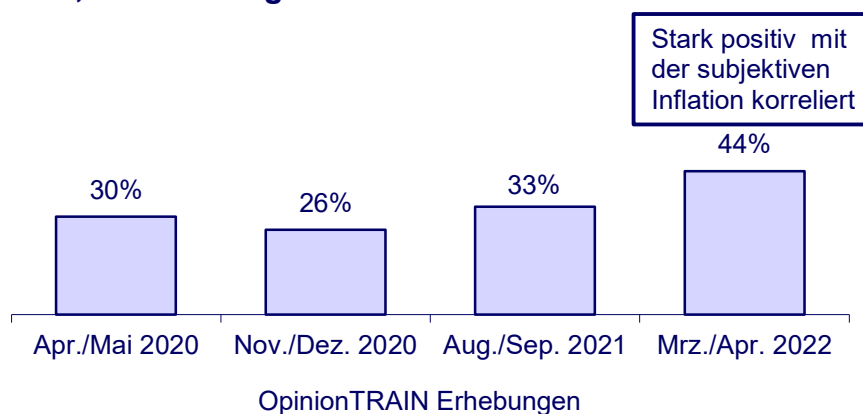
1 Offizielle Teuerungsrate, von Statistischen Bundesamt ausgewiesen



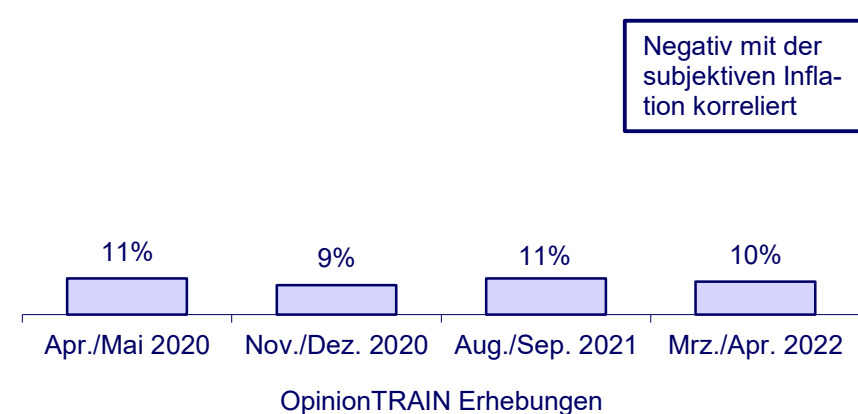
3 „Ich schaffe es, jeden Monat etwas Geld zu sparen“⁽¹⁾



2 „Ich habe das Gefühl, dass die Preise, die ich persönlich zahle, stärker steigen als die amtliche Inflationsrate“⁽¹⁾



4 „Ich werde zukünftig mehr Geld für Konsum ausgeben, weil sich Geld-Sparen nicht mehr lohnt“⁽¹⁾



1) Wenn Sie einmal an Ihre Finanzsituation denken, welche Aussagen treffen dann für Sie zu?

Die Sparneigung ist bei Amazon-Kunden mit Prime-Abo verhältnismäßig stärker ausgeprägt

Aussagen zu den Themen Sparen, Zinsen und Inflation¹⁾

Zustimmung zum Statement (% der Befragten)	Deutschland Mrz./Apr. 2022	Amazon Prime-Kunden Mrz./Apr. 2022
Ich schaffe es, jeden Monat etwas Geld zu sparen	41%	49%
Ich plane , in den nächsten Jahren einen größeren Kredit aufzunehmen (z.B. für einen Hauskauf)	6%	7%
Ich bin besorgt über die niedrigen Zinsen , die ich auf der Bank für mein Guthaben bekomme	21%	19%
Ich nehme stärker Kredite auf , weil die Zinsen so günstig sind	3%	3%
Ich werde zukünftig mehr Geld für Konsum ausgeben, weil sich Geld-Sparen nicht mehr lohnt	10%	10%
Ich kenne die aktuelle Inflationsrate (allgemeine Preissteigerungsrate) des Statistischen Bundesamtes	23%	25%
Ich habe das Gefühl, dass die Preise, die ich persönlich zahle , stärker steigen als die amtliche Inflationsrate	44%	40%
Keine dieser Aussagen trifft zu	12%	9%

1) Wenn Sie einmal an Ihre Finanzsituation denken, welche Aussagen treffen dann für Sie zu?

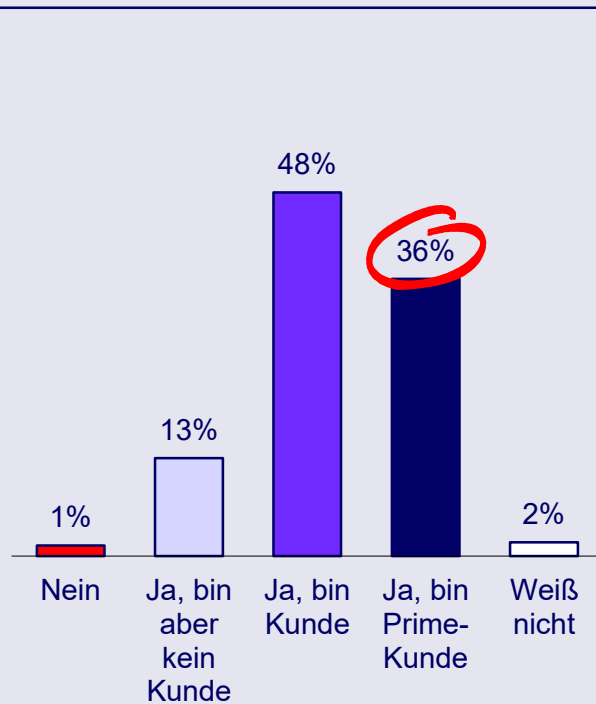
Der Anteil der Befragten in Deutschland, die über ein Amazon Prime-Abo verfügen, liegt bei 36 % – starkes Wachstum während der Corona-Krise

Opinion
TRAIN

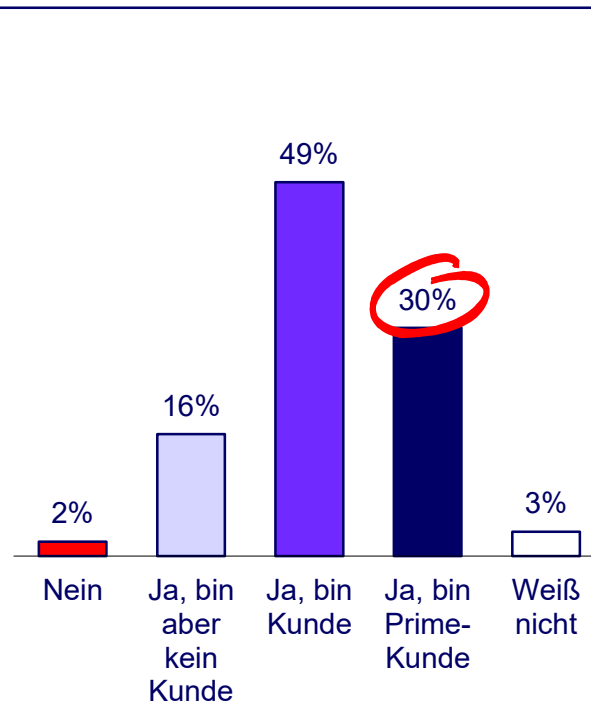


Bekanntheit und Nutzung von Amazon in Deutschland (Befragte in %)¹⁾

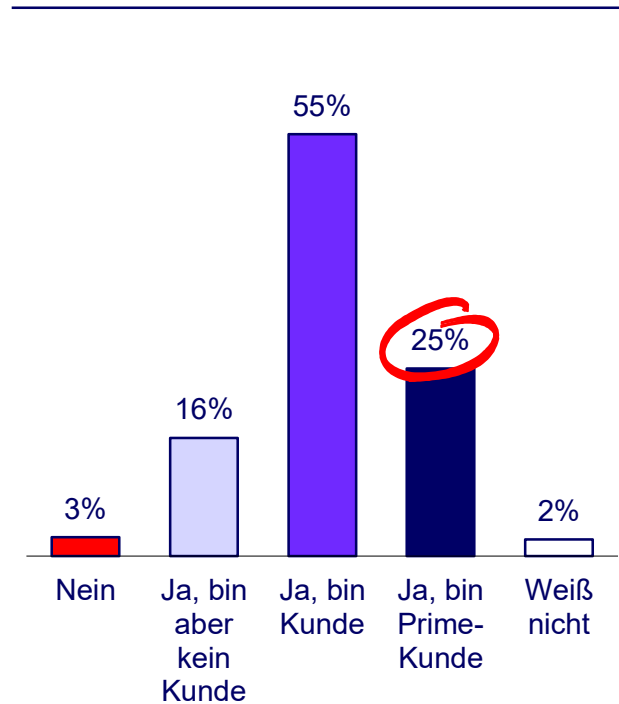
Alle Befragten; Mrz./Apr. 2022



Alle Befragten; Nov./Dez. 2020



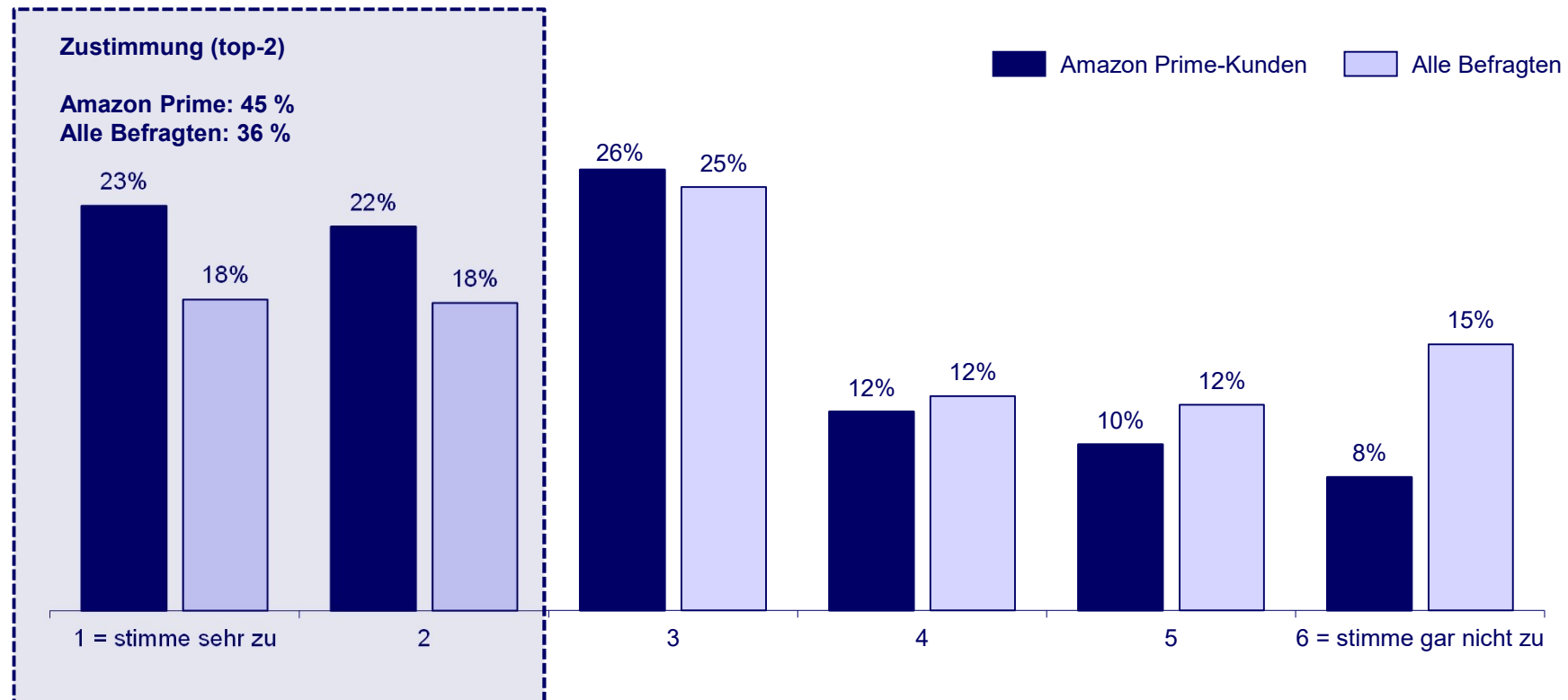
Alle Befragten; Okt. 2017



1) Kennen Sie den Onlinehändler Amazon?

Bei Amazon-Kunden mit Prime-Abo hat eine vergleichsweise stärkere und nachhaltigere Fokussierung auf den Onlinekauf stattgefunden

Ich habe mich mittlerweile daran gewöhnt, häufiger Online und nicht im Geschäft einzukaufen (% der Befragten)¹⁾



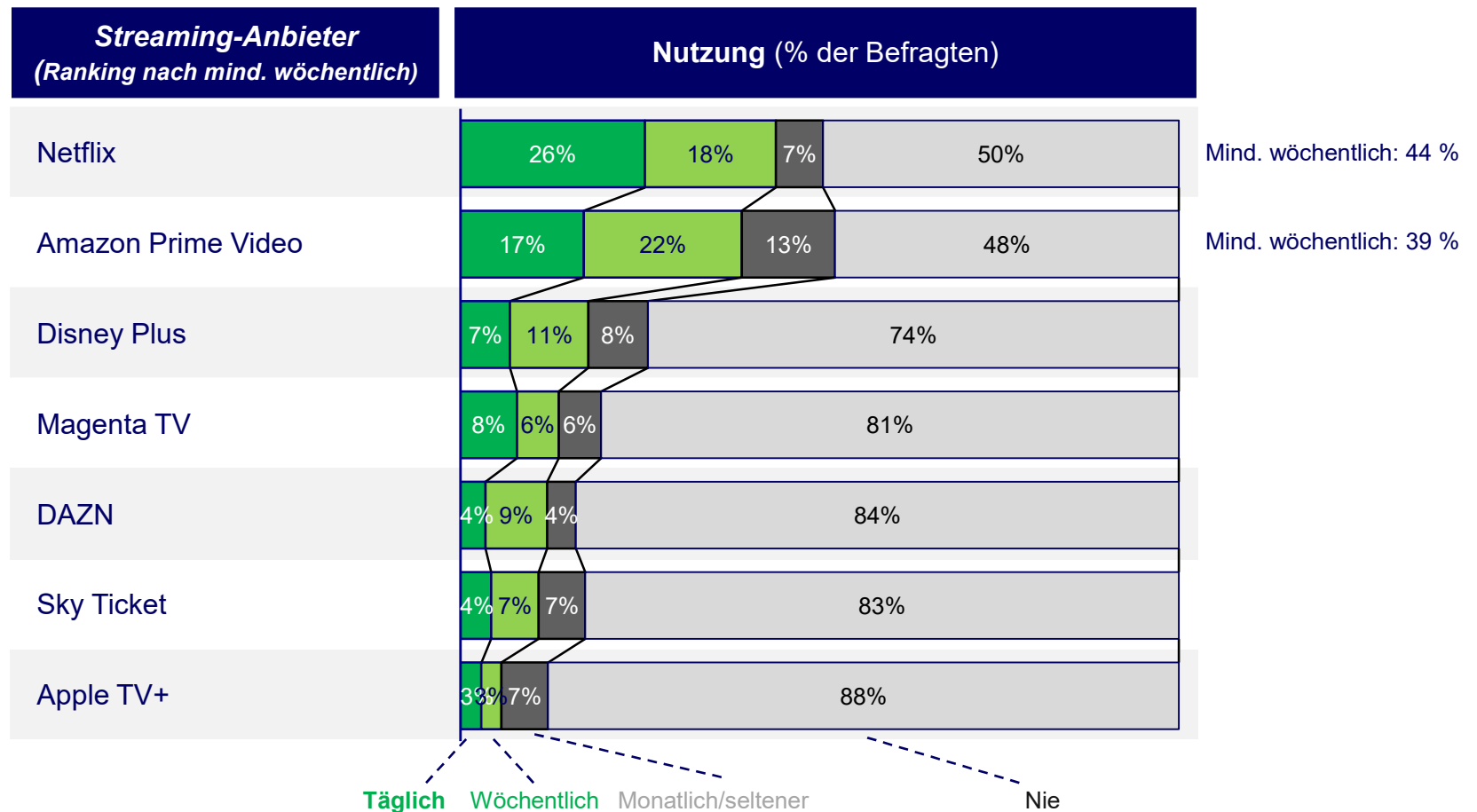
1) Wir kommen jetzt zum Thema Einkaufsverhalten: Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zum Einkauf in der aktuellen Zeit der Corona-Krise mit Werten von 1 = „stimme sehr zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“

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

Beim Nutzeranteil liegt Amazon Prime Video (52 %) leicht vor Netflix (50 %) – bezüglich der Intensivnutzer ist Netflix aber klar die Nr. 1

Opinion
TRAIN

Häufigkeit der Nutzung konkreter Streaming-Anbieter in den letzten 6 Monaten¹⁾

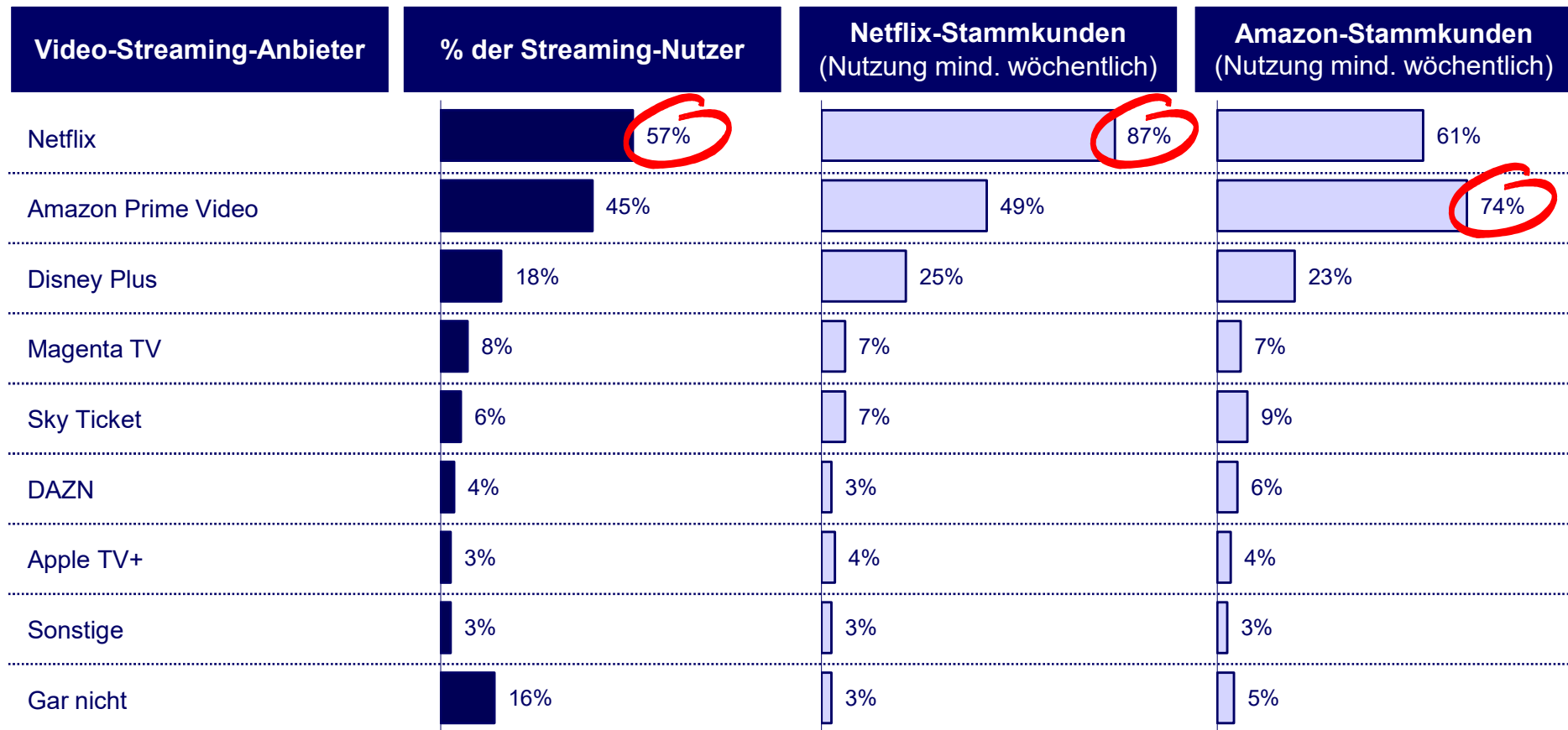


1) Wenn Sie jetzt einmal an die letzten 6 Monate denken. Wie häufig haben Sie diese Angebote genutzt?

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

57 % der Befragten mit Streaming-Nutzung haben in den letzten 7 Tagen das Angebot von Netflix genutzt

Nutzung von Streaming-Anbietern in den letzten 7 Tagen (% aller Befragten)¹⁾



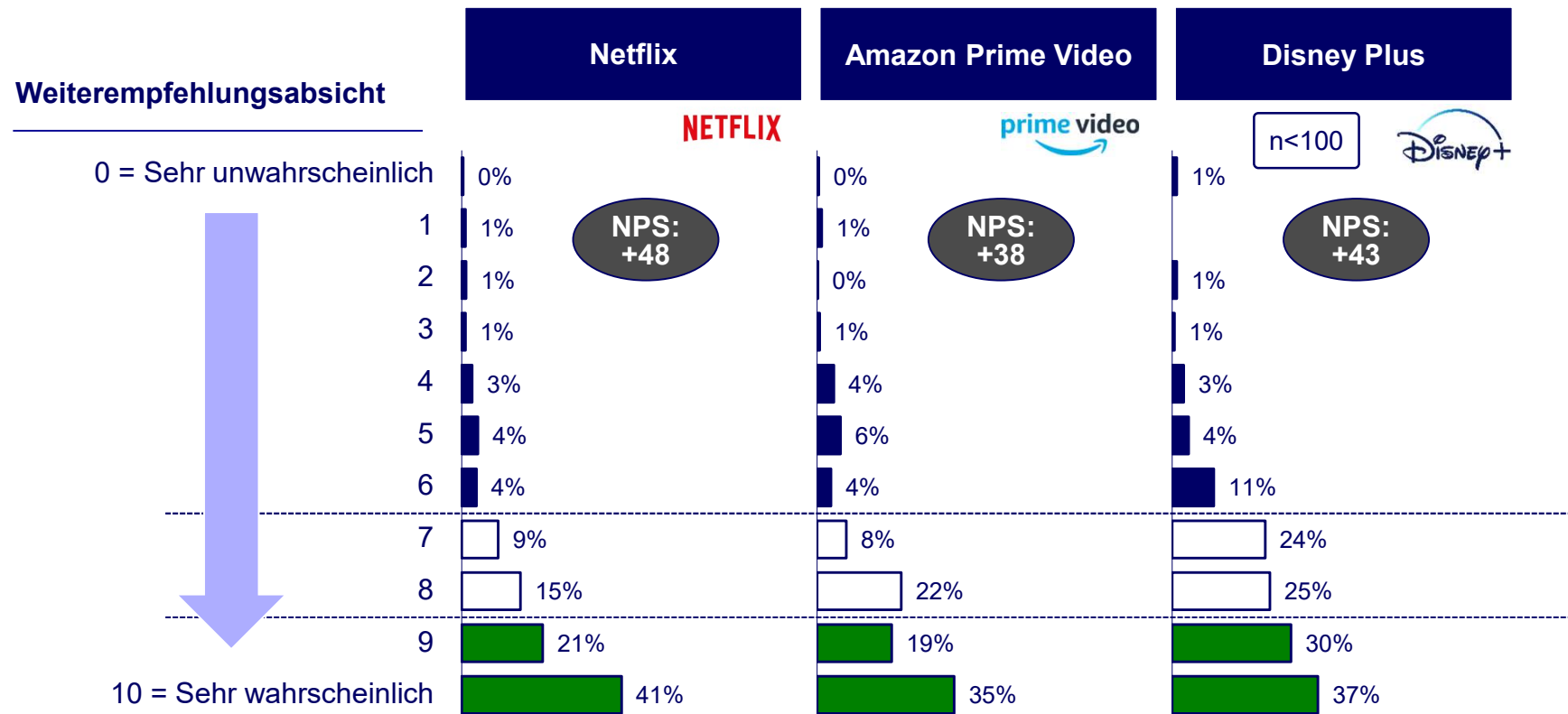
1) Haben Sie in den letzten 7 Tagen Filme bzw. Serien bei einem der folgenden Anbieter gestreamt? (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Streaming-Nutzer

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

Bei Videostreaming erreicht Netflix beim Net Promoter Score (NPS®) die beste Bewertung – deutlich vor Amazon Prime Video und Disney Plus

Weiterempfehlungsabsicht (NPS®) von Video-Streaming-Anbietern (% der Nutzer in den letzten 7 Tagen)¹⁾

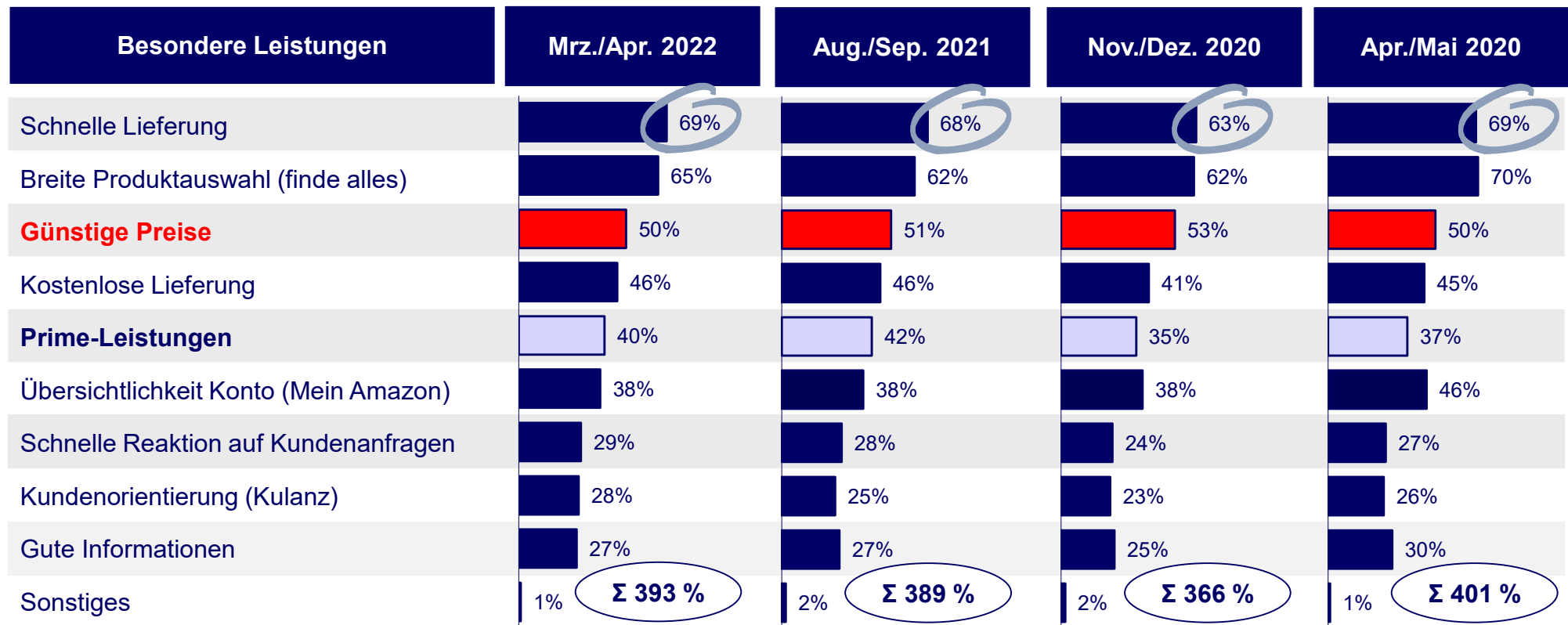


1) Welche Medien haben Sie gestern genutzt? Bitte klicken Sie diese an. Und: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... einem Freund oder Kollegen ... empfehlen? Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unwahrscheinlich“ und 10 „Sehr wahrscheinlich“ ist. Rundungsbedingte Abweichung möglich.

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 %)¹⁾

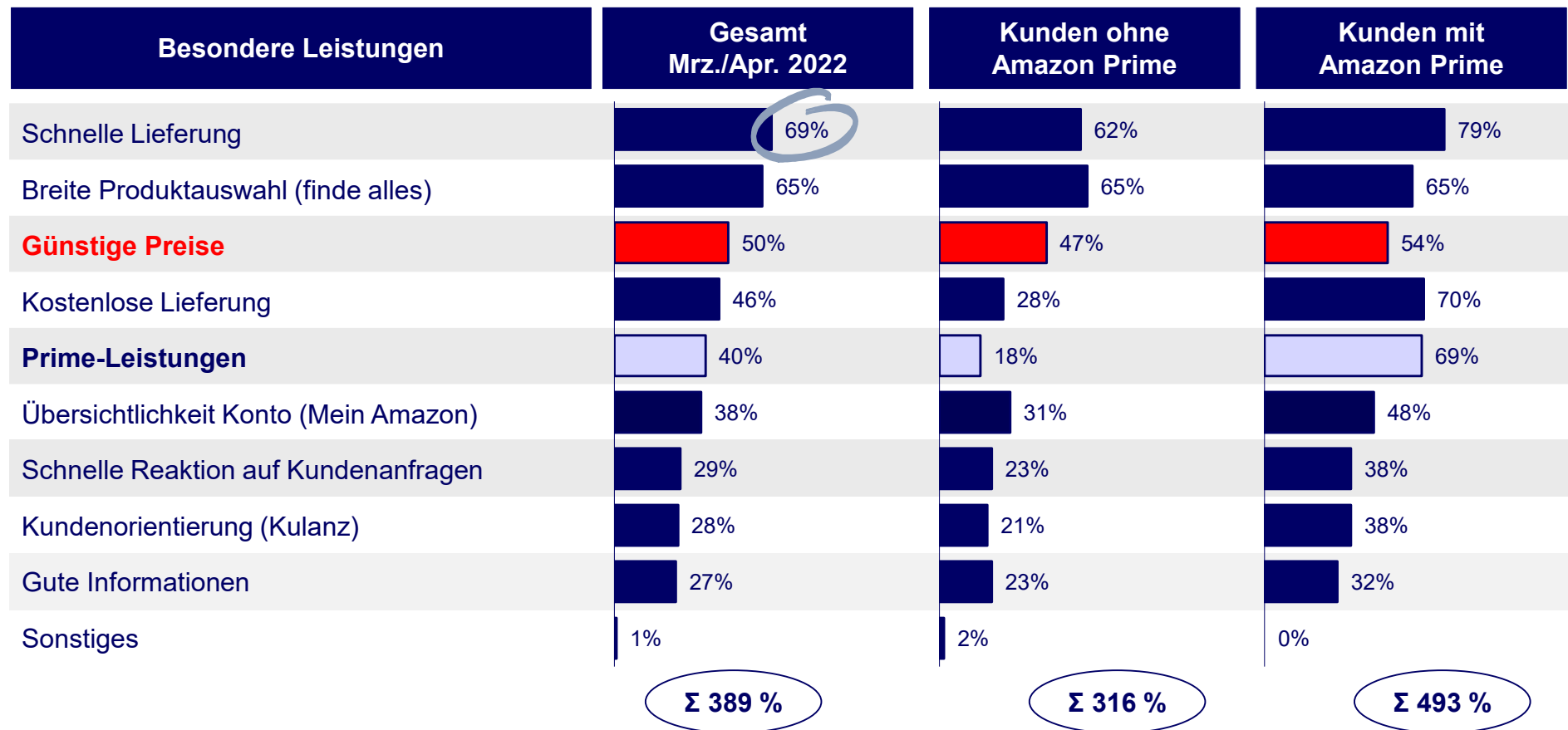


1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

Amazon Prime-Kunden sehen im Mittel häufiger USPs beim Onlinehändler und nehmen das Angebot als attraktiver wahr

Opinion
TRAIN

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

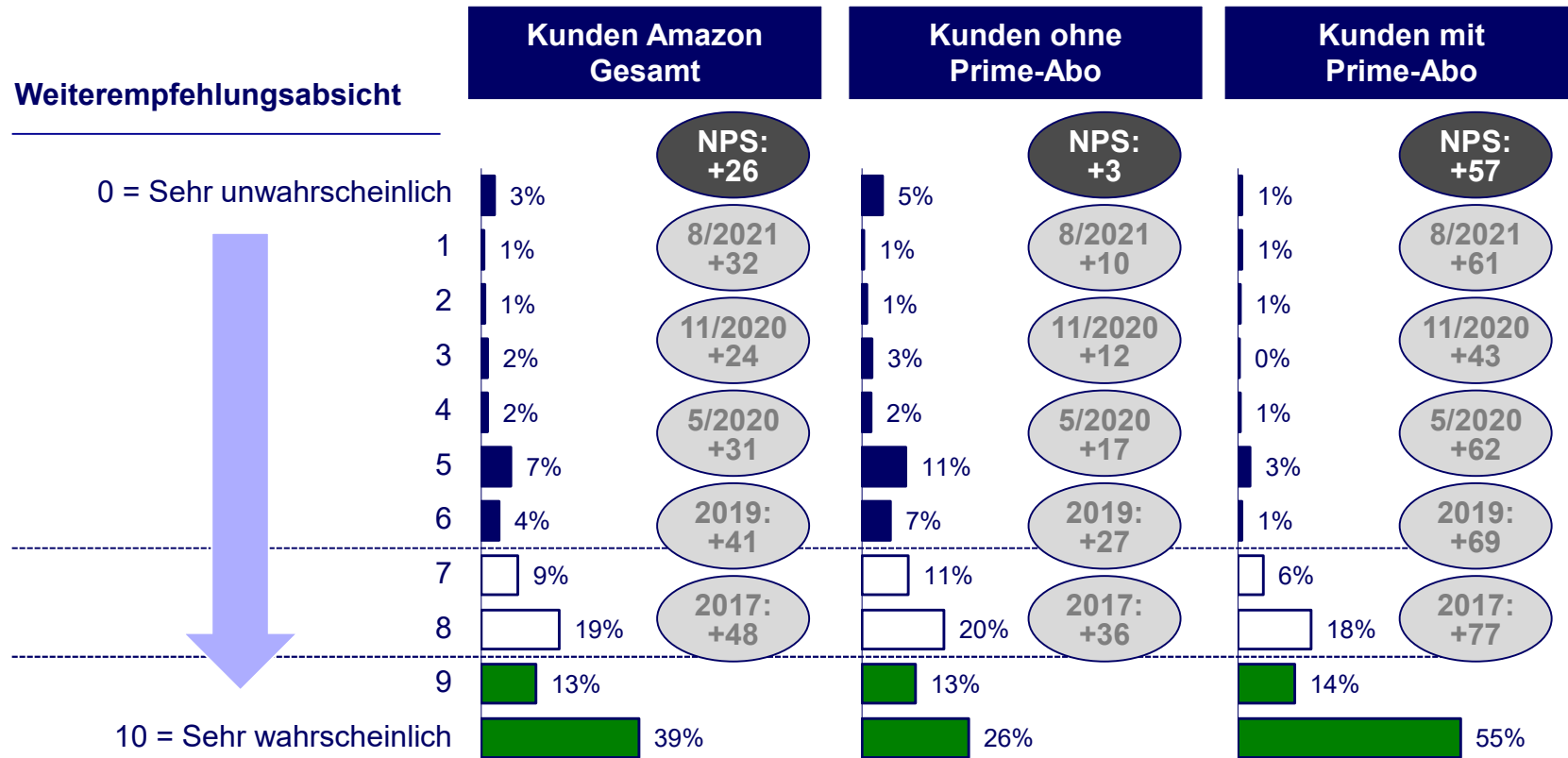


1) Was zeichnet Amazon besonders aus?

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

Die NPS-Ergebnisse haben sich für Amazon in Deutschland seit 2017 fast halbiert – zunehmendes Gap nach Prime-Status der Kunden

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.