

Kontakt:

IFH Köln
Melanie Günther
Referentin Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-23
m.guenther@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

Kein Weg vorbei? Amazon schneidet Kundenzugang ab Neue IFH-Studie zeigt: Kunden bestellen immer schneller immer häufiger bei Amazon

Köln, 17. April 2018 – Wie oft ein Kunde bei Amazon bestellt, hat sich in den vergangenen Jahren rasant gesteigert. So orderten Amazon-Kunden 2017 im Schnitt 41 Mal Artikel bei dem Onlinegiganten – und damit doppelt so häufig wie vor fünf Jahren. 2004 löste jeder Amazon-Kunde durchschnittlich nur acht Bestellungen aus. Das zeigt die neue Studie „Amazonisierung des Konsums“, für die das IFH Köln unter anderem die Bestellhistorie von knapp 200 repräsentativ ausgewählten Amazon-Kunden ausgewertet hat. Noch stärker stieg die Bestellhäufigkeit bei Mitgliedern von Amazons Kundenbindungsprogramm Prime: Von durchschnittlich 27 Bestellungen in 2013 auf 61 im vergangenen Jahr.

„Gerade in den zurückliegenden fünf Jahren hat sich Amazon nachhaltig und umfassend im Relevant Set der Konsumenten verankert – und zwar so stark, dass der Weg zum Kunden für andere Anbieter regelrecht abgeschnitten wird. Eine Neukundengewinnung scheint so nahezu unmöglich. Händler müssen radikal umdenken und ihr Geschäftsmodell auf den Prüfstand stellen, wenn sie in einer amazonisierten Welt des Konsums Bestand haben wollen“, mahnt Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung am IFH Köln.

Warenkorbgröße sinkt

Parallel zur steigenden Bestellhäufigkeit bei Amazon sinkt die Größe der Warenkörbe. So landeten im vergangenen Jahr pro Bestellung im Schnitt 1,3 Produkte im Amazon-Warenkorb – 2004 waren es noch 1,8 Artikel. Der Trend geht somit weg von Sammelbestellungen hin zum direkten „One-Click-Buy“ bei Amazon.

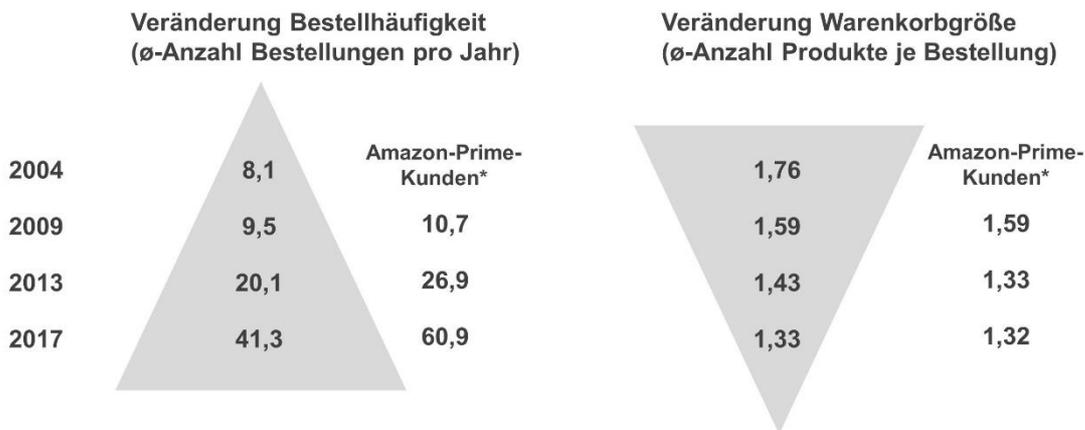
Fast jeder zweite im Netz ausgegebene Euro landet bei Amazon

Diese ausgeprägte Kundenbindung schlägt sich natürlich auch in den Marktanteilen nieder, die Amazon hält. So verbucht Amazon – über den Eigenhandel und den Marketplace zusammengenommen – 46 Prozent der Onlineumsätze in Deutschland für sich. Ein weiterer großer Teil der Umsätze im Netz wird von Amazon beeinflusst, weil Konsumenten dort zuvor nach Produktinformationen, Preisen, Kundenbewertungen oder Marken gesucht haben. Beispielsweise ist Amazon bei 21 Prozent der Onlineumsätze mit Consumer Electronics (CE) und Elektro Teil der Customer Journey. Sieben von zehn Euro, die im Netz für CE-Artikel ausgegeben werden, gehen zudem direkt über Amazons virtuelle Ladentheke.

„Amazon hat praktisch in allen Branchen bei einem beachtlichen Teil der Onlineumsätze seine Finger im Spiel – direkt oder indirekt. Wir gehen davon aus, dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzen wird – auch in Branchen wie Fashion & Accessoires, denen grundsätzlich eine hohe Emotionalität zugeschrieben wird. Durch das stärkere Marktplatzwachstum kann die Entwicklung noch wesentlich rasanter laufen“, so Hansjürgen Heinick, Consultant am IFH Köln.

Wörter der Meldung: 394

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.809



i Amazonkäufer: n = 183; Prime-Kunden: n = 68; Lesebeispiel: Die betrachteten Amazonkäufer haben im Schnitt 2017 41,3 Bestellungen bei Amazon getätigt und dabei durchschnittlich jeweils 1,33 Produkte bestellt; Stand der Amazon-Prime-Kunden: 2017.
Quelle: IFH Köln, 2018

Die wichtigsten Zahlen im Überblick:

- 2004 bestellten Amazon-Kunden im Schnitt 8,1 Mal bei Amazon; 2013 löste jeder Amazon-Kunde durchschnittlich 20,1 Bestellungen und 2017 41,3 Bestellungen aus.
- 2013 bestellten Amazon-Prime-Kunden im Schnitt 26,9 Mal bei Amazon; 2017 löste jeder Amazon-Prime-Kunde durchschnittlich 60,9 Bestellungen aus.
- 2004 bestand eine Amazon-Bestellung im Schnitt aus 1,8 Artikeln; 2017 waren es durchschnittlich 1,3 Artikel.
- 46 Prozent der Onlineumsätze in Deutschland werden von Amazon (Eigenhandel und Marketplace zusammengenommen) generiert.
- 21 Prozent der Onlineumsätze mit Consumer Electronics (CE) und Elektro in Deutschland werden von Amazon beeinflusst, weil Konsumenten dort zuvor nach Produktinformationen, Preisen, Kundenbewertungen oder Marken gesucht haben.

Über die Studie

Mit der Studie „Amazonisierung des Konsums“ nimmt das IFH Köln Amazon als Infrastruktur des Konsums detailliert unter die Lupe. Basis dafür sind eine Marktdatenberechnung, Onlinebefragungen von ca. 35.000 Konsumenten, eine Analyse der Bestellhistorien von 200 repräsentativ ausgewählten Amazon-Kunden sowie eine umfangreiche Desk Research zu Amazons Service- und Technologieportfolio. Die Studie liefert damit:

- Exklusive Marktzahlen zu Amazon – differenziert nach Eigenhandel und Marktplatzumsatz sowie nach Branchen
- Tiefe Einblicke in Kundenentwicklung und Kauf- und Nutzungsverhalten bei Amazon – auch im Benchmark zu anderen Top-Online-Shops
- Insights in das Service- und Technologieportfolio von Amazon
- Implikationen und Handlungsoptionen für Händler und Hersteller

Die Studie kann über den IFH-Shop bestellt werden: www.ifhshop.de/amazonisierung

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel: z. B. Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um E-Commerce- und Cross-Channel-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. www.ifhkoeln.de