

Bericht zum Vortrag über Amazon mit dem Thema „Vom Online-Buchhändler zum Online-Marktplatz“

Die Firma

Amazon gehört zu den wenigen reinen Internetunternehmen, die profitabel arbeiten. Amazon beschreibt seine Mission folgendermaßen, Ziel ist es die größte Auswahl zu haben und den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Im Internetbuchhandel verfügt Amazon über einen Marktanteil von über 50 %. Ein weiteres Unternehmensziel ist aus Internetnutzern Käufer zu machen. 92 % des Umsatzes werden in fünf Ländern gemacht. Darunter die USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Japan. Seit dem Start des Unternehmens hat es sich grundlegend gewandelt, so werden heute nicht nur Bücher verkauft, sondern auch CDs, Videos, Elektronik usw.

Amazon stützt sich auf vier strategische Säulen, die nach ihrer Meinung einen E-Händler ausmachen. So ist Amazon ein Dienstleister, bietet also Kunden ein Angebot. Weitere Säulen sind das Softwarehaus, das Media-Unternehmen sowie die E-Commerceplattform. So stellt Amazon seine Infrastruktur anderen Dienstleistern zur Verfügung und verkauft dann entweder unter deren Namen oder bietet die Produkte an, ausgeliefert werden sie dann aber vom Dienstleister. Das heißt Amazon macht den Vertrieb, das Lager befindet sich aber beim Partner. Der Referent führte dazu einige Beispiele aus den USA an.

Vorteile gegenüber Versandhändlern

Nun könnte man meinen, dass es eigentlich gar keine geben dürfte. Der Referent stellte jedoch einige heraus. So benötigt Amazon keinen Printkatalog, der Katalog befindet sich online und man hat somit natürlich die Gelegenheit viel schneller Artikel zu aktualisieren. Weiterhin kann das Produktportfolio schneller erweitert und ergänzt werden und schlecht laufende Artikel können aus dem Angebot genommen werden.

Ein weiterer kosteneinsparender Vorteil ist, dass Amazon keine Filialen besitzt. Diese Kundenferne wird durch die Möglichkeit Kontakt übers Internet aufzunehmen jedoch wettgemacht und man spart damit natürlich fixe monatliche Kosten und braucht kaum Personal.

Die komplette Bestellabwicklung wird vom Kunden vorgenommen. Der Kunde gibt seinen Bestellwunsch ein und damit steht fest was er will, dann braucht das ganze nur noch verschickt werden..

Weiterhin benötigt Amazon nur ein zentrales Lager, somit hat man Vorteile beim Beziehen der Ware beim Lieferanten und durch die Ansiedlung von Zulieferern in der räumlichen Nähe können weitere Kosten gespart. Dies rührt auch vom Angebot her, so sind Bücher sicherlich mit weniger Aufwand und Platz zu lagern als komplette Küchen.

Der komplette Bestellvorgang wird automatisch abgewickelt, der Kunde bestellt und dann wird ausgeliefert. Man hat dort also keine Reibungsverluste und kann schon kurze Zeit nach dem Bestelleingang die Ware aussenden.

Ein weiterer Vorteil liegt am Bezahlungssystem von Amazon. So nahm Amazon bis vor kurzem nur Bestellungen mit Vorkasse oder bei Bezahlung mit Kreditkarte an. Das hatte den Vorteil, dass das Geld für die Bestellung bereits nach kurzer Zeit bei Amazon war. Da auf der anderen Seite aber mit dem Zulieferer ein langer Zahlungsspielraum vereinbart wird, hat man für eine gewisse Weile eine Reserve für andere Investitionen.

Kundenorientierung

Die Kundenorientierung ist wie gesagt bereits im Unternehmensziel verankert. Dieses Ziel äußert sich nun in bestimmten Bereichen unterschiedlich.

So bietet Amazon auf seiner Website personalisierte Seiten an, die speziell auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten sind. Dort findet man dann Empfehlungen, die auf den bisherigen Bestellungen beruhen oder durch statistische Methoden erhaltene Angebote, welche den Kunden unter Umständen interessieren könnten. Ebenfalls werden bei Bestellungen ähnlich Produkte oder zum bestellten Produkt passende Produkte angeboten. Somit möchte man Crossverkäufe fördern.

Weitere Angebote an den Kunden ist die Möglichkeit die gekauften Bücher zu empfehlen, dies wird auch schon recht häufig genutzt. Allerdings werden nicht alle Innovationen sofort angenommen, so beschrieb der Referent, dass auch die Möglichkeit besteht die Empfehlungen zu bewerten. Davon wird nach seiner Auskunft aber bis jetzt kaum Gebrauch gemacht. Daneben wird auch eine Vorbestellfunktion angeboten. Damit erhält man ein neu erscheinendes Buch bereits am Erscheinungstag, man kann es also schon kaufen, wenn es noch gar nicht auf dem Markt ist.

Um den Kunden bei der Stange zu halten, werden meist Emails zur Kundenbindung eingesetzt.

Amazons Visionen

Der Vortrag endete mit einigen Visionen, die Amazon hat. So sieht man sich in Zukunft als Marktplatz, an dem man alle Produkte finden und auch kaufen kann. Das schließt ausdrücklich auch Dienstleistungen mit ein. Weiterhin möchte man neue Dimensionen bei der Produktdarstellung erreichen. Ebenfalls soll der Kunde auf der Plattform neue Dinge entdecken.

Einschätzung und Perspektive

Nachdem Amazon nun die Gewinnschwelle erreicht, sollte man meinen, dass den richtigen Weg eingeschlagen hat. Das mag sicherlich auch der Fall sein. Meiner Meinung nach sollte man aber nicht alle Visionen auch umsetzen. So kann es passieren, dass man zwar jedes Produkt online anbietet. Der Internetkunde aber daran gar kein Interesse hat oder aber die Vielfalt der angebotenen Produkte führt zu einer Komplexität auf der Website, die der Kunde gar nicht mehr durchschaut und dann lieber zu einem anderen Shop geht. So sollte man dann auch in den nächsten Jahr etwas behutsamer vorgehen und lieber ein bisschen abwartend neue Produktpaletten einführen und auch schnell auf neue Trends im Internethandel reagieren.

Ebenfalls sollte man eventuell die Expansionspläne überdenken und unter Umständen auch verlustreiche Töchter in anderen Ländern schließen. Wie oben bereits erwähnt werden 92 % des Umsatzes in fünf Ländern gemacht. Auch kann es durch eine Aufblähung des Konzerns zu Reibungsverlusten innerhalb führen.

Ein weiterer Punkt den man beachten sollte, ist, dass Amazon von Logistikpartnern abhängig ist, da sie nicht selbst ausliefern. Hier sollte in naher Zukunft durch Aufkäufe Abhilfe geschaffen werden, damit man nicht nur von ein paar Anbietern abhängt, sondern unter Umständen dies in die eigene Hand nimmt. Dies bietet dann auch neue Möglichkeiten im Kundenservice beispielsweise durch das Abholen von Sendungen.

Ich sehe Amazon persönlich auf einem guten Weg, trotzdem sollte man nicht unbedingt jeden Trend mitmachen und auch die oben schon erwähnte Vision alles mögliche im Internet anzubieten sollte nicht umgesetzt werden. Dann sollte es auch möglich sein, dass wir Amazon noch lange am Markt sehen. Auch kann durch den Ausbau von strategischen Partnerschaften dieser Weg erfolgreich beschritten werden.