

7 Gründe, warum Amazon immer größer wird

Dass der Tech-Milliardär Bezos mit Abstand der reichste Mann der Welt ist, hat viele Gründe. Er sitzt an der Spitze des **wertvollsten Unternehmens der Welt: Amazon**. Während Apple, Microsoft und Alphabet (Google) sich diese Position gegenseitig streitig machen, hat [Amazon](#) mittlerweile die Nase vorn. Wenn man bedenkt, wie jung das Unternehmen im Vergleich zu seinen Konkurrenten noch ist, ist das umso beeindruckender. Und dazu kommt: **Das unglaubliche Wachstum Amazons ist noch lange nicht vorbei**. Das Unternehmen aus Seattle streckt seine Fühler in so viele Geschäftsfelder, dass sie für praktisch alles gebraucht werden. ZASTER hat 7 Gründe aufgeschrieben, warum das Wachstum erst einmal keine Begrenzung nach oben kennt.

Die atemberaubende Reichweite Amazons

Auch in Europa ist Amazon bereits ein Riese. Die Reichweite hierzulande ist allerdings nicht vergleichbar mit der in den USA. Unglaubliche 84 Prozent der US-Verbraucher kauften 2017 online über Amazon. Noch extremer ist der Prozentsatz bei den [Millennials](#). Da diese Zielgruppe in den nächsten Jahren immer mehr in den Markt drängen wird und Monat für Monat an Kaufkraft gewinnt, gilt sie als besonders umkämpft. **Mehr als 80 Prozent der amerikanischen Millenials tätigen monatlich einen Kauf über Amazon**. Der Onlinehandel hat damit die Zukunft auf seiner Seite.

Amazon ist der erste Ort für die

Produktsuche

Laut einer Amazon-Nutzerstudie von Feedvisor – einem Unternehmen, das sich auf algorithmische und maschinelle Lerntechnologie für Amazon-Verkäufer spezialisiert hat – überprüfen zwei von fünf Prime-Mitglieder und mehr als ein Viertel der Nicht-Prime-Mitglieder Amazon immer, bevor sie einen Kauf auf einer anderen Website tätigen. **In diesem Bereich ist laut Amazon aber sogar noch Luft nach oben.** Das Narrativ der Verbraucher: Ich kaufe, wo das Produkt am preiswertesten angeboten wird. Durch die schiere Größe und den vergleichenden Charakter bei Amazon hat das Unternehmen in diesem Rennen einen Vorteil! **Es investiert weiterhin in zusätzliche Produktkategorien und Serviceangebote.** Die Anzahl der Suchanfragen wird sich also mit hoher Wahrscheinlichkeit noch weiter erhöhen.

Der Kauf über Amazon ist auf Perfektion getrimmt

Ob Lieferpreis, Liefergeschwindigkeit, Website-Geschwindigkeit oder Übersichtlichkeit: Beim Verkauf ist Amazon einfach richtig gut. Die Produkte bilden Jahr für Jahr die Messlatte für die Konkurrenz. Damit hat Amazon die Schlüsselfaktoren, wenn es um die Kaufentscheidung von Verbrauchern geht, auf seiner Seite. **So einfach und schnell war online einkaufen noch nie!** Außerdem können sich Einzelhändler schlicht und einfach nicht leisten, der Plattform fern zu bleiben. Das führt zu einer Spirale nach oben: Einzelhändler müssen ihre Produkte auf Amazon anbieten – es gibt mehr Konkurrenz zwischen den Produkten – das treibt den Preis in die Tiefe – das zieht Kunden an – deshalb wird Amazon noch unverzichtbarer für Einzelhändler.

Cleverere Loyalitätsprogramme binden die Kunden

Die Loyalität, die Verbraucher Amazon entgegenbringen, nimmt besonders in den USA schon unwirkliche Ausmaße an. Das Unternehmen hat in der Vergangenheit **cleverere Wege gewählt, seine Kunden an sich zu binden**. Ein Beispiel ist der Amazon Prime Day. Große Deals, Rabatte und exklusive Angebote führen dazu, dass Kunden bei Amazon bleiben. In einer großen Studie gaben die Kunden an, dass Bequemlichkeit ein Hauptfaktor für den Kauf bei Amazon ist. Dazu kommt, dass der Preis unschlagbar ist. Das ist natürlich nur durch die Größe Amazons erreichbar. Die Kunden genießen bei Amazon Prime Days Priorität, personalisierte Angebote und frühzeitigen Zugang zu Vorteilen.

If there was an award for best beta tester, Forest Whitaker would probably win it. [#AskAlexa](#), „What is the Amazon Beta Testing

Program?“ <https://t.co/znKTxC12AE> pic.twitter.com/ba13hl9V9u–Amazon.com (@amazon) [29. Januar 2019](#)

Innovation wird bei Amazon großgeschrieben

Angefangen als Buchhandlung, hat sich Amazon mittlerweile als Plattform für den Kauf und Verkauf aller möglicher Produkte entwickelt. Dabei ist die technische Innovation immer top. Amazon passt sie ständig dem an, was der Kunde will und was der Kunde nicht will, um das System zu optimieren. Das Unternehmen ist immer voll am Ball der Zeit. Dadurch ist das es nicht auf die Einnahmen aus dem Handel auf der eigenen Plattform angewiesen. **Immer, wenn du bei [Netflix](#) einen Film oder eine Serie guckst, verdient auch Amazon indirekt mit.** Grund dafür ist, dass Netflix, um die Filme und Serien anbieten zu können, riesige Mengen an Speicherplatz im

Internet benötigt. Diesen Speicherplatz kaufen sie von „Amazon Web Services“ (AWS). Amazon stellt Unternehmen Speicherplatz übers Internet zur Verfügung. Obwohl diese Sparte Amazon nur einen Bruchteil des gesamten Umsatzes beschert, ist der Anteil des Gewinns beachtlich! Die Kosten für diese Dienste sind nämlich vergleichsweise gering.

Innovation comes in all sizes. [#AmazonPrimeAir](#) drone and the Space Shuttle Discovery at [#inflight17](#) at [@smithsonian](#) this past weekend pic.twitter.com/HQ0fg2HQi4

– Amazon News (@amazonnews) [June 21, 2017](#)

Amazon verändert die Lieferkette und Logistik mit Künstlicher Intelligenz (KI)

Für Innovationen auf der Verbraucherseite ist Amazon schon länger bekannt. Mehr und mehr stellt sich das Unternehmen aber auch als Vorreiter in Sachen Effizienzsteigerung dar. Dabei setzt man auf KI. Mit dem jüngsten Schritt zur Verbesserung des Logistikgeschäfts und der **Erweiterung des Betriebs um ein autonomes Roboterprogramm** ist Amazon bereit, die Lieferkettenindustrie weiter anzugreifen. Amazon nutzt nicht nur in bestimmten Geschäftsbereichen digitale Vorteile, sondern erkundet das gesamte Ökosystem – von der internen Kultur bis zum Kundenerlebnis mit KI.

Das neue Geschäftsmodell

Eine Geschäftssparte, die derzeit extrem wächst, ist Amazons Einnahme mit Werbung. Die Umsätze sind von Sommer 2017 bis Herbst 2018 um das Zweieinhalbfache gestiegen, mehr Wachstum gab es in keiner anderen Sparte. **Bisher ist der Markt für**

Werbung vor allem von Google und Facebook dominiert. Wenn das Wachstum bei Amazon so weiter geht, wird dieses Führungsduo sehr bald nicht mehr allein an der Spitze rangieren. Amazon hat nämlich einen entscheidenden Vorteil: Das Unternehmen weiß, wofür seine Nutzer Geld ausgeben. Damit lässt sich noch mehr Geld machen als mit persönlichen Informationen von Menschen.