

- Pressemitteilung -

London, 17. Oktober 2019

84 Prozent der Deutschen kaufen auf Amazon – Prime-Mitgliedschaft im Europa-Vergleich weniger beliebt

Amazon ist mit Abstand Deutschlands beliebteste Online-Shopping-Plattform: In einer Umfrage des Marktforschungsunternehmens Mintel gaben 84 Prozent der Deutschen an, bei Amazon eingekauft zu haben. Im Vergleich wurde der zweitpopulärste Onlineshop eBay von 47 Prozent der deutschen Verbraucher genutzt – und liegt damit stolze 37 Prozentpunkte hinter dem US-Giganten zurück.*

Doch auch inländische Versandhändler wie Otto Bonprix, Baur und Heinrich Heine werden von Amazon in den Schatten gestellt: So shoppten laut Mintel-Umfrage jeweils ein Viertel (25 Prozent) der deutschen Konsumenten auf den entsprechenden Unternehmensseiten.*

Amazon Prime: Wichtige Säule des Geschäftsmodells

Kein Zweifel, die Prime-Mitgliedschaften spielen für Amazons Geschäftsstrategie keine unwesentliche Rolle. In Deutschland ist ein Drittel (33 Prozent) abonniert; bei den 25-34-Jährigen steigt der Prozentsatz sogar auf 53 Prozent. Interessanterweise waren in der Vergangenheit 16 Prozent der Verbraucher bereits Prime-Nutzer, haben ihre Mitgliedschaft in der Zwischenzeit jedoch gekündigt.**

Trotz der Popularität Amazons machen die Deutschen im europäischen Vergleich relativ wenig Nutzen von der Prime-Mitgliedschaft. In Italien sind beispielsweise 42 Prozent der Befragten Prime-Kunde, gefolgt von 41 Prozent der Spanier und 39 Prozent der Briten.**

„Für Amazons Geschäftsmodell ist Prime ein wichtiger Stützpfeiler, der Angebote wie Musik- und Video-Streaming, den Kindle-Shop für eBooks wie auch Expresslieferungen unter einem Hut vereint. Obwohl die Mehrheit der Deutschen schon bei Amazon einkauft, nimmt die Prime-Mitgliedschaft einen besonderen Stellenwert bei dem amerikanischen Unternehmen ein. Das liegt daran, dass Prime-Kunden tendenziell mehr und häufiger einkaufen als diejenigen ohne Konto“, kommentiert Armando Falcao, europäischer Einzelhandels-Analyst bei Mintel.

* Basis: 1.837 deutsche Internetnutzer über 16 Jahren, die in den vergangenen 12 Monaten Online-Einkäufe getätigt haben, Juni 2019

** Basis: Je 2.000 Internet Internetnutzer über 16 Jahren in den jeweiligen Ländern, Juni 2019

Anmerkung der Redaktion

Mintel GNPD ist die weltweit führende Datenbank für Produktneueinführungen. Das Expertenteam von Mintel GNPD analysiert und kategorisiert neu eingeführte Produkte von A-Z, von Inhaltsstoffen und innovativen Merkmalen über die Vermarktung bis hin zur Verpackung. Für diese Analyse werden pro Monat 33.000 neue Produkte aus den 62 weltgrößten Märkten vor Ort von lokalen Einkäufern beschafft.

Mintels Umfragen werden online mithilfe von Lightspeed GMI durchgeführt und die Befragten nach einem Stichprobenverfahren per Zufall ausgewählt. Die Umfragen sind repräsentativ für die Bevölkerung in Bezug auf Alter, Geschlecht und Region. Mehrfachnennungen waren bei den Umfragen möglich.

Über Mintel

Mintel ist die weltweit führende Agentur für Market Intelligence. Seit über vierzig Jahren unterstützt Mintel die Wachstumsziele Ihres Unternehmens mit Expertenanalyse hochwertiger Daten und Studien. Mintel hat Niederlassungen in London, Chicago, Shanghai, Belfast, Düsseldorf, Kuala Lumpur, Mumbai, München, New York, São Paulo, Seoul, Singapur, Sydney, Tokio und Toronto. Für mehr Informationen, besuchen Sie bitte de.mintel.com.

Für mehr Informationen

Yvonne Bernhardt

ybernhardt@mintel.com

press@mintel.com

+44 (0)207 600 4320