**Amazon**

1. **Mission – Vision – Unternehmensphilosophie – Werte**

Mission: Die Mission von Amazon ist es, die Erwartungen der Kunden in Bezug auf Auswahl, Preis und Service zu übertreffen. Das Unternehmen will eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen anbieten, die einfach zu finden und zu kaufen sind, und eine schnelle und zuverlässige Lieferung gewährleisten.

Vision: Die Vision von Amazon lautet, die erste und beste Wahl für Kunden weltweit zu sein, wenn es darum geht, Produkte und Dienstleistungen online zu kaufen. Das Unternehmen strebt danach, die Erwartungen der Kunden in Bezug auf Auswahl, Preis und Service zu übertreffen und dabei gleichzeitig eine breite Palette von Produkten und Dienstleistungen anzubieten. Es will Kunden dabei helfen, ihre Träume und Ziele zu verwirklichen, indem es ihnen einfachen Zugang zu Produkten und Dienstleistungen bietet und schnelle und zuverlässige Lieferungen gewährleistet.

Unternehmensphilosophie: Die Unternehmensphilosophie von Amazon beinhaltet mehrere Grundprinzipien, die das Unternehmen bei seinen Entscheidungen und Aktivitäten leiten. Einige dieser Prinzipien sind:

* Kundenorientierung: Amazon betont die Wichtigkeit, die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden immer im Fokus zu haben und alles dafür zu tun, um diese zu erfüllen.
* Innovation: Amazon strebt ständig danach, neue und bessere Wege zu finden, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Das Unternehmen investiert in neue Technologien und Geschäftsmodelle, um seinen Kunden immer den bestmöglichen Service zu bieten.
* Langfristiges Denken: Amazon denkt langfristig und plant seine Aktivitäten und Investitionen entsprechend. Das Unternehmen geht davon aus, dass es manchmal erforderlich ist, kurzfristige Verluste hinzunehmen, um langfristig erfolgreich zu sein.
* Verantwortung und Führung: Amazon erwartet von seinen Führungskräften, dass sie Verantwortung für ihre Entscheidungen und Aktionen übernehmen und Vorbilder für andere Mitarbeiter sind.
* Teamarbeit: Amazon betont die Wichtigkeit von Teamarbeit und Zusammenarbeit, um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Werte: Die Werte von Amazon sind die Grundprinzipien, die das Unternehmen leiten und die es in seiner Unternehmensphilosophie verankert hat. Einige dieser Werte sind:

* Kundenobsession: Amazon legt großen Wert darauf, die Bedürfnisse und Erwartungen seiner Kunden immer im Fokus zu haben und alles dafür zu tun, um diese zu erfüllen.
* Innovation: Amazon strebt ständig danach, neue und bessere Wege zu finden, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen und sich von der Konkurrenz abzuheben.
* Eigentümerschaft: Amazon erwartet von seinen Mitarbeitern, dass sie Verantwortung für ihre Entscheidungen und Aktionen übernehmen und wie Eigentümer handeln.
* Führung durch Daten: Amazon setzt auf eine datengetriebene Entscheidungsfindung und ermutigt seine Mitarbeiter, sich auf Fakten und Daten zu stützen, um Entscheidungen zu treffen.
* Geist der Urteilskraft: Amazon erwartet von seinen Mitarbeitern, dass sie ihre Urteilskraft einsetzen, um Entscheidungen zu treffen, auch wenn sie dabei Risiken eingehen müssen.
* Lernen und Entwickeln: Amazon ermutigt seine Mitarbeiter ständig zu lernen und sich weiterzuentwickeln und gibt ihnen die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten und Kenntnisse zu erweitern.
1. **Makroumfeld**
* **Politics**:

Amazon ist ein Unternehmen und hat keine offizielle politische Agenda oder Zugehörigkeit. Es versucht jedoch, seine Geschäftsinteressen zu schützen und zu fördern, indem es politische Lobbyarbeit betreibt und Spenden an politische Kandidaten und politische Aktionausschüsse leistet. Es ist wichtig zu beachten, dass das Unternehmen und seine Geschäftspraktiken von verschiedenen Menschen unterschiedlich betrachtet werden und es kontroversen um Themen wie Löhne und Arbeitsbedingungen, Steuern, Monopolstellung und Umweltauswirkungen gibt.

* **Economics:**
	+ Amazon hat einen signifikanten Einfluss auf die Wirtschaft, sowohl in den USA als auch weltweit. Als eines der größten und erfolgreichsten Unternehmen der Welt hat es eine starke Präsenz in vielen Branchen, insbesondere im Einzelhandel und im Online-Handel. Es hat dazu beigetragen, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verändern und viele traditionelle Einzelhändler zu beeinflussen.
	+ Amazon hat auch dazu beigetragen, die Art und Weise zu verändern, wie Menschen einkaufen und Unternehmen ihre Produkte verkaufen. Durch den Online-Verkauf und den Einsatz von Technologie wie künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen hat es dazu beigetragen, die Effizienz und die Reichweite des Einzelhandels zu erhöhen.
	+ Auf der anderen Seite gibt es Kritik an Amazon und seiner Wirtschaftspolitik, insbesondere in Bezug auf Löhne und Arbeitsbedingungen für seine Angestellten, seine Auswirkungen auf den Wettbewerb und die kleinen Unternehmen, seine Steuerpraktiken und die Auswirkungen auf die Umwelt.
* **Technology:**

Neue innovative Wachstumsfelder:

Amazon hat in den letzten Jahren eine Vielzahl von Innovationen eingeführt und investiert in verschiedene Bereiche, um sein Geschäft auszubauen und die Kundenerfahrung zu verbessern. Einige Beispiele sind:

* Amazon Web Services (AWS): Eine Sammlung von Cloud-Computing-Diensten, die Unternehmen und Entwicklern Zugang zu Rechenleistung, Speicherplatz und anderen IT-Ressourcen bieten.
* Alexa: Eine Sprachsteuerungstechnologie, die in Amazon Echo-Lautsprechern und anderen Geräten verwendet wird und die Interaktion mit Musik, Smart-Home-Geräten und anderen Diensten ermöglicht.
* Prime: Ein Abonnement-Service, der Kunden Zugang zu kostenlosen Lieferungen, Streaming-Musik und -Video, sowie Einkaufsvorteilen und anderen Vorteilen gibt
* Amazon Go: Ein Ladengeschäftkonzept, das es Kunden ermöglicht, Waren ohne Kassieren zu kaufen, indem sie ihre Einkäufe einfach in eine digitale Warenkorb hinzufügen und bezahlen, wenn sie das Geschäft verlassen.
* Amazon Robotics: Eine Abteilung, die sich auf die Entwicklung von Robotertechnologie und Automatisierung im Lager- und Versandbereich konzentriert.
* Amazon Fresh: Ein Online-Lieferservice für frische Lebensmittel und Gourmetartikel, der es Kunden ermöglicht, Lebensmittel online zu bestellen und zu Hause zu liefern.

Dies sind nur einige Beispiele, Amazon hat auch in andere Bereiche wie Drohnenlieferung, KI-basierte Angebotsoptimierung, und andere Investitionen getätigt.



* **Nature:**

Amazon hat in den letzten Jahren verschiedene Maßnahmen ergriffen, um seine Umweltauswirkungen zu minimieren. Dazu gehören beispielsweise Investitionen in erneuerbare Energien, die Verringerung von Verpackungsmaterialien und die Förderung von Nachhaltigkeit in seiner Lieferkette. Allerdings hat das Unternehmen auch Kritik von Umweltschutzgruppen erhalten, die sagen, dass Amazon noch mehr tun kann, um seinen CO2-Fußabdruck zu reduzieren und sicherzustellen, dass seine Lieferketten nachhaltig sind.

1. **Michael Porter: 5 Kräftemodell**
2. Wie können die Probleme von Amazon verhindert/verringert werden.
	* + Amazon hat in den letzten Jahren eine Vielzahl von Maßnahmen ergriffen, um seine Wettbewerbsposition zu stärken und neue Wettbewerber abzuwehren. Einige dieser Maßnahmen sind:
			- Ausweitung des Produktangebots: Amazon hat sein Produktangebot kontinuierlich ausgeweitet, um Kunden eine größere Auswahl an Waren zu bieten.
			- Investitionen in Liefer- und Logistikinfrastruktur: Amazon hat in den letzten Jahren stark in die Verbesserung seiner Liefer- und Logistikinfrastruktur investiert, um die Lieferzeiten für Kunden zu verkürzen und den Wettbewerb mit anderen Online-Händlern zu übertreffen.
			- Förderung von Eigenmarken: Amazon hat in den letzten Jahren seine Eigenmarken ausgebaut, um mehr Kontrolle über die Preise und die Verfügbarkeit der Produkte zu haben und so den Wettbewerb mit anderen Markenherstellern zu beeinflussen.
			- Investitionen in neue Technologien und Dienste: Amazon hat in den letzten Jahren in n eue Technologien und Dienste wie künstliche Intelligenz, das Internet der Dinge und die Sprachsteuerung investiert, um sein Angebot weiter auszubauen und den Wettbewerb mit anderen Unternehmen zu übertreffen.
			- Expansion in neue Märkte und Branchen: Amazon hat sich in den letzten Jahren in neue Märkte und Branchen wie den Lebensmitteleinzelhandel und die Pharmaindustrie expandiert, um seine Präsenz zu stärken und neue Wettbewerber abzuwehren.
3. Bedrohung durch Verhandlungsstäre von Lieferanten

Amazon hat eine Reihe von Maßnahmen ergriffen, um die Verhandlungsposition gegenüber Lieferanten zu stärken und sicherzustellen, dass es die besten Preise und Bedingungen für die Produkte und Dienstleistungen erhält, die es von Lieferanten kauft. Einige dieser Maßnahmen sind:

* + - * Größe und Marktmacht: Amazon hat eine enorme Größe und Marktmacht als einer der größten Online-Händler der Welt, was ihm ermöglicht, starke Verhandlungspositionen gegenüber Lieferanten einzunehmen.
			* Lieferketten-Transparenz: Amazon nutzt moderne Technologien wie das Internet der Dinge und künstliche Intelligenz, um seine Lieferketten zu transparentieren, um die Leistung und die Kosten der Lieferanten zu überwachen und zu optimieren.
			* Konsolidierung von Lieferanten: Amazon hat in den letzten Jahren seine Anzahl von Lieferanten konsolidiert und arbeitet verstärkt mit einer kleineren Anzahl von strategischen Lieferanten zusammen, um die Verhandlungsmacht zu erhöhen.
			* Eigenmarken: Amazon hat eine Vielzahl von Eigenmarken entwickelt, um eine größere Kontrolle über die Preise und die Verfügbarkeit der Produkte zu haben und so die Verhandlungsmacht gegenüber Lieferanten zu erhöhen.
			* Private Label: Amazon hat Private Label Produkte entwickelt, die es direkt von Lieferanten ohne Zwischenhändler einkauft und verkauft, um die Verhandlungsmacht gegenüber Lieferanten zu erhöhen und die Kosten zu senken.

Es ist jedoch zu beachten, dass Amazon auch Kritik von Lieferanten und Arbeitsrechtsgruppen erhalten hat, die sagen, dass das Unternehmen eine zu starke Verhandlungsposition gegenüber Lieferanten hat und dass dies zu unsicheren Arbeitsbedingungen und niedrigen Löhnen führen kann.

1. Bedrohung durch Verhandlungsstärke von Kunden
* Missbrauch ihres Dienstes durch Betrug oder unrechtmäßige Aktivitäten
* Datenschutzverletzungen durch Kunden, die persönliche Informationen von anderen Kunden sammeln oder teilen
* Probleme mit Produktbewertungen, die möglicherweise gefälscht sind oder von Konkurrenten stammen
* Rechtsstreitigkeiten aufgrund von Copyright-Verletzungen oder anderen rechtlichen Angelegenheiten
* Kundenbeschwerden über mangelhafte Produktqualität oder unangemessenen Kundenservice Amazon hat jedoch Maßnahmen ergriffen, um diese Gefahren zu minimieren, indem sie zum Beispiel Regeln und Richtlinien für den Gebrauch ihres Dienstes festlegen und auf die Einhaltung dieser Regeln überwachen sowie Datenschutz- und Sicherheitsmaßnahmen implementieren.
1. Bedrohung durch Ersatzprodukte und Leistungen
* Ja, Amazon kann von Ersatzprodukten bedroht werden. Ersatzprodukte sind Produkte, die von anderen Unternehmen oder Marken hergestellt werden und die ähnlich oder gleichwertig zu den Produkten sind, die Amazon verkauft. Diese Ersatzprodukte können für Kunden attraktiver sein, da sie möglicherweise günstiger oder von besserer Qualität sind. Dies kann dazu führen, dass Kunden ihre Einkäufe woanders tätigen, anstatt bei Amazon zu kaufen, was zu einem Rückgang der Umsätze führen kann. Amazon hat jedoch auch hier Maßnahmen ergriffen, um diese Bedrohung zu minimieren, wie z.B durch ein breites Angebot an Produkten, Exklusivität von Produkten, private label und durch die Möglichkeit der Online-Reservierung von Produkten.
1. Bedrohung durch bestehende Konkurrenz
* Ja, Amazon hat viele bestehende Konkurrenten, sowohl online als auch offline. Einige der größten Konkurrenten von Amazon sind:
	+ E-Commerce-Unternehmen wie eBay und Alibaba, die ähnliche Dienste und Produkte anbieten.

Amazon hat jedoch auch einige Vorteile gegenüber seinen Konkurrenten, wie z.B. eine breite Palette an Produkten, eine große und engagierte Kundenbasis, eine starke Marke und eine umfangreiche Logistik- und Lieferinfrastruktur. Diese Vorteile ermöglichen es Amazon, sich von seinen Konkurrenten abzuheben und eine führende Position im E-Commerce zu behalten.

1. **SWOT Analyse**
* Stärken:
* Starke Marke und guter Ruf
* Umfangreiches Produktangebot
* Starke Finanzen und Gewinnmarge
* Innovative Technologie und starkes IT-System
* Umfangreiche Logistik- und Lieferinfrastruktur
* Große und engagierte Kundenbasis
* Schwächen:
* Hohe Abhängigkeit von dritten Verkäufern
* Mögliche Probleme mit der Datensicherheit und dem Datenschutz
* Mögliche Probleme im Zusammenhang mit Arbeitsbedingungen
* Mögliche Probleme im Zusammenhang mit dem Umgang mit Konkurrenten und Lieferanten
* Chancen:
* Wachsender Online-Einzelhandelsmarkt
* Möglichkeit, in neue Märkte und Produktkategorien zu expandieren
* Möglichkeit, durch Übernahmen und Partnerschaften zu wachsen
* Möglichkeit, durch die Entwicklung von künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen zu wachsen
* Bedrohungen:
* Steigender Wettbewerb von E-Commerce-Unternehmen und traditionellen Einzelhänxdlern
* Mögliche Regulierungsprobleme und rechtliche Herausforderungen
* Mögliche Probleme im Zusammenhang mit der Abhängigkeit von dritten Parteien für Lagerhaltung und Lieferung
* Mögliche Probleme im Zusammenhang mit der Abhängigkeit von Werbung und Verkaufsprovisionen
1. **Scoring Modelle**
* Man kann es benutzen beim Bewerten vom Service und bei der Lieferung. Zum Beispiel: Dauer vom Bestellzeitpunkt bis zum bekommen. Das kann man dann in einem Sterne Modell bewerten oder in Symbolen. Z.B.: 7/10 Sterne

Man muss verschiedene Faktoren aussuchen und dann bewerten. Dass wird dann ausgerechnet und dann sieht man welches das Beste ist.

1. **Managementkonzepte (Überblick über MBO, Qualitätsmanagement, Lean Management, Change Management, Corporate Entrepreneurship)**



* + Management by Objectives:
* Durch die Festlegung von Zielen (Zielvereinbarungen) von Führungskräften und Mitarbeitern, ist es möglich strukturiert und organisiert vorzugehen. 🡪 Motivation steigt durch Erfolg, Beurteilung und Messung von erreichten Leistungen geht leichter
	+ Qualitätsmanagement:
* Qualität schafft Begeisterung. Wichtigstes Ziel = Kunden glücklich machen. Eine Bestellung mit Amazon ist ein Versprechen – für hohe Qualität und hervorragenden Service. Wir im TUI Qualitätsmanagement arbeiten täglich daran, dieses Versprechen zu halten und weiter auszubauen.
	+ Lean Management:
* Amazon ist bekannt für seine hohe Effizienz und die konsequente Umsetzung von Lean-Prinzipien in der Unternehmensführung und im operativen Geschäft. Die Lean-Philosophie bezieht sich auf eine Denkweise, die darauf abzielt, Verschwendung zu minimieren und maximale Effizienz und Kundenorientierung zu erreichen.
	+ Beispiele:
		- Just-in-Time-Produktion: Amazon produziert nur die Produkte, die von Kunden bestellt werden, um Verschwendung von Ressourcen zu vermeiden.
		- Kaizen: Amazon setzt kontinuierliche Verbesserungsprozesse ein, um die Effizienz und Qualität der Arbeit zu verbessern. Mitarbeiter werden aufgefordert, kontinuierlich nach Möglichkeiten zur Verbesserung zu suchen.
	+ Change Management:
* Change Management ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensstrategie bei Amazon, da das Unternehmen kontinuierlich neue Technologien, Produkte und Geschäftsmodelle einführt, um sich den sich ändernden Marktbedingungen anzupassen. Amazon hat eine agile Kultur und eine flache Organisationsstruktur, die es dem Unternehmen ermöglicht, schnell auf Veränderungen zu reagieren und Innovationen voranzutreiben.
	+ Corporate Entrepreneurship:
		- Corporate Entrepreneurship ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur bei Amazon. Das Unternehmen fördert eine Kultur der Innovation und des Risikomanagements, um neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und seine Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.
1. **Managementkonzepte (Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement, Balanced Scorecard, St. Galler Management Modell)**
	1. Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement

Amazon hat in den letzten Jahren mehrere Initiativen gestartet, um sein Umwelt- und Nachhaltigkeitsmanagement zu verbessern. Hier sind einige Beispiele:

* + - Klimaneutralität: Amazon hat sich das Ziel gesetzt, bis 2040 klimaneutral zu sein. Das bedeutet, dass das Unternehmen bis dahin keine Treibhausgasemissionen mehr ausstoßen wird. Um dieses Ziel zu erreichen, hat Amazon bereits Maßnahmen ergriffen, wie z.B. den Einsatz erneuerbarer Energien, die Optimierung der Logistik und die Förderung von Elektromobilität.
		- Recycling und Abfallreduzierung: Amazon hat Programme zur Abfallreduzierung und zum Recycling von Verpackungsmaterialien implementiert. Das Unternehmen hat auch angekündigt, bis 2025 100% recycelbare oder wiederverwendbare Verpackungen zu verwenden.
		- Nachhaltige Produkte: Amazon hat ein Programm namens "Climate Pledge Friendly" ins Leben gerufen, das Kunden dabei helfen soll, nachhaltige Produkte zu identifizieren und zu kaufen. Das Programm kennzeichnet Produkte, die eine geringere Umweltbelastung haben als vergleichbare Produkte.
	1. Balanced Scorecard
		+ Amazon hat die Balanced Scorecard erfolgreich eingesetzt, um seine Geschäftsstrategie und seine Leistung zu messen. In der Finanzperspektive konzentriert sich Amazon darauf, den Umsatz und den Gewinn zu steigern, indem es effizientere Betriebsabläufe und kosteneffektive Geschäftsmodelle implementiert. In der Kundenperspektive legt Amazon großen Wert auf die Erfüllung der Kundenbedürfnisse und die Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch schnelle Lieferung, eine benutzerfreundliche Website und ein hervorragendes Kundenerlebnis.
		+ In der internen Prozessperspektive konzentriert sich Amazon auf die Verbesserung seiner Geschäftsprozesse, um die Effizienz und die Qualität der Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Dazu gehören beispielsweise die Verbesserung der Lieferkette und die Einführung neuer Technologien. In der Lern- und Entwicklungs-Perspektive legt Amazon großen Wert darauf, das Wissen und die Fähigkeiten seiner Mitarbeiter kontinuierlich zu verbessern, um Innovationen voranzutreiben und Wachstum zu fördern.
	2. St. Galler Management Modell
		+ Amazon hat verschiedene strategische Management-Frameworks implementiert, darunter das St. Galler Management Model, um sein nachhaltiges Wachstum und seinen Erfolg in der hart umkämpften E-Commerce- und Technologiebranche sicherzustellen.
		+ Kundenorientierung ist der Kern des Geschäftsmodells von Amazon, da das Unternehmen vorrangig darauf abzielt, die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden zu erfüllen und zu übertreffen. Amazon hat stark in Technologie und Logistik investiert, um eine schnelle und zuverlässige Lieferung, einfache Zahlungsoptionen und personalisierte Empfehlungen zu gewährleisten. Dies hat es dem Unternehmen ermöglicht, einen treuen Kundenstamm aufzubauen und das Umsatzwachstum voranzutreiben.
		+ Operative Exzellenz ist ein weiteres Schlüsselelement für den Erfolg von Amazon. Das Unternehmen hat hocheffiziente und skalierbare Systeme und Prozesse implementiert, um seine umfangreiche Produktpalette und seinen globalen Betrieb zu verwalten. Amazons Einsatz von Datenanalyse und Automatisierung hat es ihm auch ermöglicht, seine Lieferkette zu optimieren und seine Preisgestaltung und Bestandsverwaltung zu verbessern.
1. **Steuern und organisation**
	* + Aufbauorganisation:

Amazon hat eine hierarchische Organisationsstruktur mit mehreren Ebenen. An der Spitze steht Jeff Bezos als Gründer und CEO von Amazon. Unter ihm gibt es mehrere Top-Manager, die für verschiedene Geschäftsbereiche zuständig sind. Diese Geschäftsbereiche umfassen unter anderem E-Commerce, Cloud-Computing, Streaming-Dienste und Künstliche Intelligenz.

* + - Ablauforganisation:

Amazon hat ein sehr effizientes System für die Ablauforganisation, das auf seinen Grundsätzen der operativen Exzellenz basiert. Das Unternehmen ist bekannt für seine schnelle Lieferung und seinen hohen Kundenservice. Um dies zu erreichen, hat Amazon ein umfassendes Netzwerk von Logistikzentren und Lieferpartnern aufgebaut.

1. **Führung**

Die Führung bei Amazon ist geprägt von den Grundsätzen der Führungskultur des Unternehmens, die auf die Schaffung einer positiven Arbeitsumgebung, die Förderung der Mitarbeiterentwicklung und die Wahrung der Kundenorientierung ausgerichtet sind.

Das Unternehmen hat eine starke Führungskultur, die von oben nach unten durch die Organisationsebenen durchdringt. Bei Amazon wird erwartet, dass Führungskräfte eine klare Vision und Strategie haben und ihre Mitarbeiter durch eine klare Kommunikation und ein offenes Feedback unterstützen. Amazon legt großen Wert auf eine datengetriebene Entscheidungsfindung, und Führungskräfte werden ermutigt, auf Daten zu vertrauen, um fundierte Entscheidungen zu treffen.

