



..... International Press Service

Ressort: Special interest

Amazon erhöht erneut Werbetaktung bei Prime 06.10.2024

Bundesweit, 06.10.2024 [ENA]

Ich hatte ja schon einige Berichte über Amazon gestartet, die vielartigen Preiserhöhungen bei der Prime Mitgliedschaft, die Freevee Prime Videos und letztlich die Videos, wo nun auch Werbungen gestreut werden, es sei denn der Kunde zahlt 2.99 Euro mehr.

Tja, ich hatte ja zu Beginn des Jahres umfangreich über die Werbestrategien von Amazon berichtet, die in Sachen Werbung nunmehr immer mehr Filme nutzten, um Werbungen zu zeigen. Oder der Prime Kunde mußte eben 2.99 Euro monatlich mehr berappen, um diese zusätzlichen Werbungen auszuschalten. Hiess nicht, das alle Videos werbefrei waren, und die Anzahl der kostenpflichtigen Filme, auch die, die monatelang kostenlos waren, nahm inzwischen immer mehr zu. Aber es ist wie in der Politik Deutschlands: Die Bürger oder in diesem Fall die Kunden lassen alles mit sich machen, so auch in diesem Fall.

In den gut 9 Monaten hat sich nach eigener Aussage von Amazon in Sachen Werbung wenig getan. Das heisst in der Praxis: Das Unternehmen hat eine gewisse Kalkulation aufgestellt, eine Prozentzahl von Kündigungen und Zahlern für Werbelosigkeit der Filme errechnet, die Amazon sozusagen stillschweigend akzeptiert hätte, ohne die Strategie zu überdenken. Und jetzt das Unglaubliche: Die kalkulierten Einbrüche sind unterboten worden, anders gesagt: Trotz der Werbungen wurden nur wenig Kündigungen erteilt, trotz der Werbungen haben sich nur wenig Kunden für eine Extrazahlung entschieden. Heisst in der Praxis: Die überwiegende Mehrheit guckt sich die Werbung an und akzeptiert das.

Und da kann ich nur sagen: Selber schuld, denn wer sich für dumm verkaufen läßt, bekommt die Quittung. Mit Recht. Denn nun wird ab 2025 die zweite Werbestufe gezündet. Das bedeutet: Amazon will mehr Werbeunterbrechungen und die Anzahl der Werbungen pro Unterbrechung deutlich steigern, will mehr am Geschäft Werbung profitieren, große Werbepartner gewinnen. Und die brauchen Werbezeit. Und die gibt Amazon nun frei. Ob es ein neues Modell geben wird wo sich der Prime Video Kunde mit noch höheren Gebühren auch davon freikaufen kann, glaube ich nicht, denn die Zielgruppe ist schon ausgemacht. Geplant sind neben Werbeeinblendungen, wenn das Video unterbrochen wird in der Wiedergabe, auch sogenannte interaktive Angebote.

Eine Art Onlineeinkauf während des Videos. Die eigentliche Struktur des Prime Video, eben gerade werbefreie Filme ohne Unterbrechung schauen zu können, ist damit endgültig beendet. Prime lohnt sich also nur wenn der Kunde viele Bestellungen aufgibt, die eine Ersparnis bei den Versandkosten beinhalten.

Redaktioneller Programmdienst: European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



..... International Press Service

Seit dem Wegfall der TV Verbreitungsrechte von Vermietern bieten Kanäle wie Waipu TV inzwischen meiner Ansicht nach mit über 270 Kanälen alleine in HD, zu denen viele Rund-um-die-Uhr Filmkanäle gehören, mehr Vorteile. Dazu viele On Demand – Services, die Videos ohne Werbung zu jeder Zeit anbieten. Zumindest beim Preisvergleich nur TV ist Waipu TV günstiger als Amazon. Waipu TV bietet alleine 72 Pay TV Sender an.

Bietet einen 100 Std. Online – Speicher und hat eine Bibliothek von derzeit 30.000 Filmen, Serien, Shows zum Abruf. Zu der Thematik TV Zuschauerverhalten hat die Firma Samsung 2024 eine Studie in Auftrag gegeben. Unter dem Thema: Revolution im Wohnzimmer – Smart TV Nutzung 2024 wurden 3109 TV Nutzer befragt. Zum Thema „ werbefinanzierter Inhalte „ kommt die groupM Science, die diese Studie durchgeführt hat, zu dem Ergebnis, das immer mehr Zuschauer kostenlose Inhalte gerne nutzen und deshalb bereit sind, Werbung anzusehen, um diese zu erhalten. Ausgaben für kostenpflichtige Inhalte werden immer mehr reduziert. Und nur 8 \% der Befragten lehnen Werbung komplett ab. Dazu sage ich: Die Zuschauer haben es in der Hand.

Wenn viele die Werbung akzeptieren, braucht sich keiner zu wundern, das sich die Werbezeiten bei den TV Sendern immer mehr an Länge und Anzahl ausweiten. Fakt ist: Heutzutage gibt es quasi keine werbefreien Inhalte mehr bei Apps auf dem Tablet oder PC, zumindest, wenn es um Spiele geht. Das geht inzwischen so weit, das der Nutzer gar keine Belohnungswerbung anklicken muß sondern ein Algorithmus in Minutenabständen entscheidet, eine Werbung einzuspielen, der dann mit einer „ Witzigkeit „ wie „ Kaffeepause „, o.ä. angekündigt wird. Ich komme aus dem Lachen kaum heraus.

[Bericht online lesen:](https://presse.en-a.eu/special_interest/amazon_erhoeht_erneut_werbetaktung_bei_prime_06102024-90016/)

https://presse.en-a.eu/special_interest/amazon_erhoeht_erneut_werbetaktung_bei_prime_06102024-90016/

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDSStV: Uwe Hildebrandt

**Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency**

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.