



Arkivfoto: Albert Gea/EPA

Mobiltelefoni Barcelona forbliver mobil hovedstad

Barcelona i det nordøstlige Spanien forbliver verdens mobilhovedstad frem til 2023. Det står klart, efter at mobilorganisationen **GSMA** i denne uge har forlænget sin kontrakt med byen for endnu fem år. GSMA arrangerer verdens største mobilmesse, Mobile World Congress, i netop Barcelona hvert år i februar. Barcelona overtog værtsrollen fra franske Cannes i 2006. For et par år siden måtte messen rykke fra bymidten ud i Bella Center-lignende haller i udkanten af byen for at få plads nok. Her deltog 94.000 fra 200 lande. Næste Mobile World Congress holdes 22.-25. februar 2016. *Th.*

Ferieuddannelse Sommerlejr skal løse mangel på IT-folk

Hele denne uge tilbringer 48 gymnasieelever fra hele landet deres dag på Københavns Universitet for at lære om matematikken bag programmering. Ungdommens Naturvidenskabelige Forening står for Computer Science Camp med programmering, algoritmer, datastrukturer og sociale aktiviteter. Forelæsninger, regneøvelser og praktiske opgaver med programmering fylder programmet, som bliver gentaget i de kommende uger, så i alt 372 gymnasieelever får prøvet kræfter med mulighederne, som erhvervslivet efterspørger kunden i. Målet er at få flere til at brænde for dataologi og vælge en IT-uddannelse. *Th.*

Lydteknologi 20 år med MP3

Ikke kun internetgiganten **Amazon** men også MP3-musikformatet fejrer i denne uge 20-års-jubilæum. På Frankrigs nationaldag, 14. juli, i 1995 fastslog det tyske **Fraunhofer-Institut**, at komprimeringsteknologien skulle kaldes .mp3, en forkortelse for MPEG-3. I en MP3-fil erstattes ensartede dele af lyden ved hjælp af matematiske algoritmer, hvorved filstørrelsen kan gøres mindre, uden at det efterfølgende kan høres med det blotte øre. En MP3-fil kan være komprimeret i forskellig grad, afhængig af om den kun rummer tale eller også musik. *Th.*

Forbrugerelektronik Fremgang i 2015

Salget af forbrugerelektronik vil stige med 2,4 procent i år i USA. Det spår den amerikanske brancheforening **Consumer Electronics Association**. Dermed vil der blive solgt for i alt 285 milliarder dollar. Det er lidt højere forventninger end tidligere. Navnlig nye produkter som 3D-printere, ultra-HD-fjernsyn, droner, sundheds- og fitness-teknologi vil rykke frem i indkøbsvognen. Smartphones, tablets, LCD-TV, bærbare og stationære computere forbliver de fem største produktkategorier i 2015 og vil sammenlagt udgøre 53 procent af omsætningen. *Th.*

Gyldne abonnementshåndjern bag Amazons succes

20 år. Hemmeligheden bag verdens mest succesfulde e-handelsvirksomhed, som torsdag fyldte to årtier, er den overraskende, at folk faktisk betaler for at være medlemmer. For Amazon er ikke bare den netboghandel, som danskerne tror. Internetgiganten er blevet et imperium – et kæmpe, digitalt supermarked, som nu er blevet fysisk.



Af **Thomas Breinstrup**
thomas.breinstrup@berlingske.dk

Det ene kæmpe underskud afløser det andet. Alligevel tonser verdens ubestridt største internetbutik, **Amazon**, derudad og bliver stadig mere fysisk og allestedsnærværende – noget, som danske forretningsfolk kunne lære ret meget af, mener en ekspert.

Amazon rundede 16. juli et skarpt hjørne: 20 år. Stifter og topchef, den 51-årige Jeff Bezos, er i dag verdens 15.-rigeste mand med en formue på 41 milliarder dollar – lige foran **Facebooks** Mark Zuckerberg – og dermed beviset på, at der er penge i internethandel. Den årlige omsætning er på over 500 milliarder kroner, og Amazon har i dag en markedsværdi på omkring 212 milliarder kroner.

Den helt store hemmelighed bag succesen hedder Amazon Prime, Amazons medlemsforretning, hvor over 50 millioner mennesker verden over – lige så mange som **Netflix** og **Spotify** – betaler for at være med. Populært sagt pakkes en række digitale tjenester ind i et abonnement, hvor folk som en del af det får adgang til film, musik og et udvalg af e-bøger.

»Amazon er superinteressant for os. I Danmark kender man ikke rigtig Amazon Prime, og det kom lidt bag på os, hvor stort det ser ud til at være blevet, fordi man formår at koble detailhandelskunder tæt sammen med et abonnement. Det burde rigtigt mange tænke i. Den store forskel er, at man hos Amazon faktisk betaler for sit abonnement, hvor det er langt mere uforpligtende med loyalitetskort og -klubber, som man måske – måske ikke – husker. Her betaler kunden 600 kroner for at være medlem, og så

begynder psykologien: »Når jeg nu har betalt for at være kunde, skal jeg have noget ud af mit abonnement.«

Samtidig har Amazon fjernet en enorm barriere, nemlig fragten på e-handel,« forklarer Morten Suhr Hansen, administrerende direktør for **Subscribe**, der rådgiver om forretningsudvikling i abonnementsbaserede virksomheder og dermed også følger Amazon-isten.

Hans analyse viser, at et Prime-medlem bruger tre gange så mange penge hos Amazon som en almindelig Amazon-kunde, nemlig 1.500 dollar om året mod 625 dollar. Og selv om Amazon i 2014 hævdede Prime-medlemskabet fra 79 til 99 dollar, steg antallet af medlemmer med 53 procent.

Abonnementshåndjern virker

»Den slags abonnementshåndjern skaber en positiv spiral mellem kunde og virksomhed. Man køber sig til at være loyal. Hvis jeg var **Nemlig.com** i Danmark, ville jeg da tænke over, hvorfor jeg ikke skulle lave et abonnement til 500 kroner årligt og tilbyde fri fragt. Så ville præcis samme mekanisme indtræffe: Som kunde ville jeg ikke overveje, om jeg skulle handle hos **Nemlig** eller køre i **Fotex** – jeg har jo allerede betalt,« siger Morten Suhr Hansen.

Han kalder det »en basal regneark-øvelse« at finde ud af, hvor meget omsætningen pr. kunde skal øges, før det er tjent hjem. Men eftersom en tredjedel af Amazons amerikanske omsætning stammer herfra, virker det ifølge ham som en god forretning, selv om selve leveringen stadig er en dundrende minusforretning for Amazon, fordi det er rigtigt dyrt at bygge et distributionsnet op. Til gengæld køber kunderne langt flere varer.

En væsentlig hindring på vore bred-



business.dk/amazon
Se billedserie