

A person wearing a red long-sleeved shirt is holding a smartphone. The phone screen displays a 'Coupons' app interface with various promotional offers, including a 5€ discount and a 'Wiederöffnung 26.05.2021' notice. The background is a blurred indoor setting, likely a supermarket, with a shopping cart visible in the foreground.

Ergebnisse

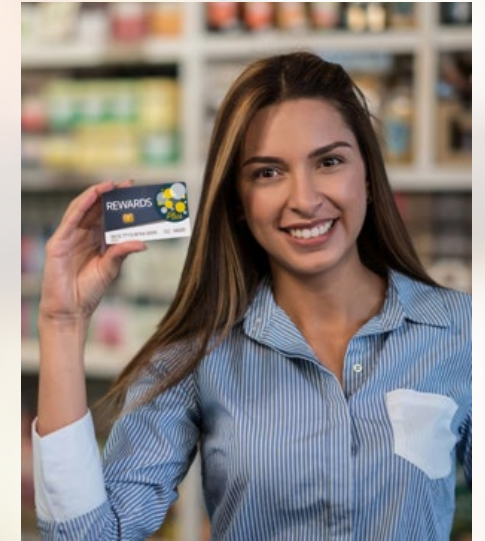
Einsatz von digitalen Kundenkarten/-Apps im LEH

Hamburg, 03. Mai 2021

Zusammenfassung

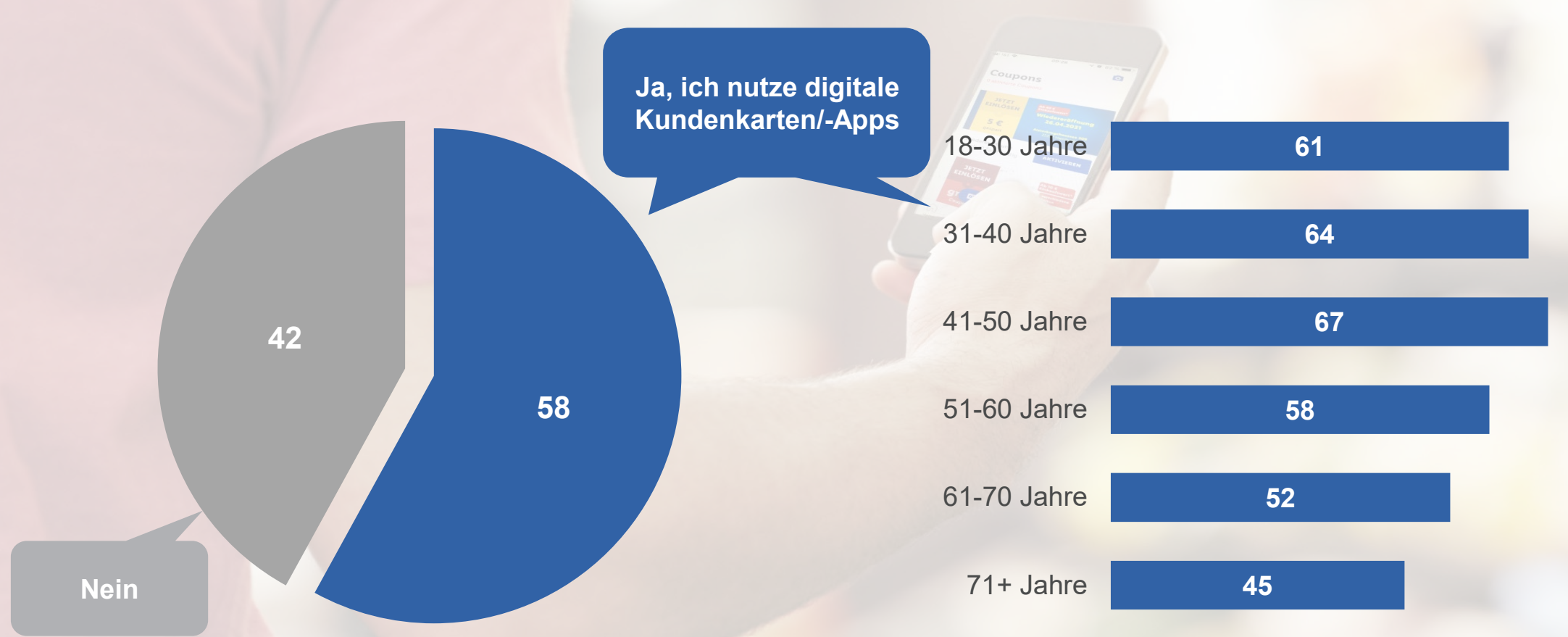
Einsatz von digitalen Kundenkarten-/Apps im LEH

- Die Digitalisierung im Lebensmitteleinzelhandel wird immer bedeutender. Inzwischen bietet fast jeder Händler digitale Kundenkarten-/Apps an. Die Forschungsgruppe g/d/p hat im Rahmen einer bundesweiten Befragung von 1.034 Personen spannende Insights zu digitalen Kundenkarten-/Apps generiert.
- Aktuell nutzt jeder zweite Befragte digitale Kundenkarten-/Apps und zwei von drei Jüngeren. Am weitesten verbreitet ist die Payback-App, gefolgt von der Lidl-App. Jeder Vierte nutzt die Netto-, Rewe-, Rossmann- oder EDEKA-App, besonders intensive Nutzer sind Familien.
- Die App-Nutzer sind ganz überwiegend (sehr) zufrieden mit ihren digitalen Kundenkarten-/Apps. Einsatzgrund sind vor allem attraktive Rabatte, Coupons und die Aufwertung des Einkaufs beim jeweiligen Händler. Für junge Erwachsene spielen auch die Angebotssuche und Gewinnspiele eine wichtige Rolle. App-Nutzer bis 50 Jahre sehen in den Kunden-Apps besonders viele Vorteile und ändern infolge dessen häufiger ihr Einkaufsverhalten.
- Die große Mehrheit der App-Nutzer wählt zunächst die Einkaufsstätte und schaut danach in die Kunden-App. Bei den jungen Erwachsenen fällt die Entscheidung inzwischen oftmals andersherum: Der Blick in die Apps entscheidet bei jedem Vierten, wo eingekauft wird. Einer attraktiven Kunden-App kommt aufgrund dessen eine wachsende Bedeutung zu, zumal die große Mehrheit in Zukunft diese mindestens genauso häufig, wenn nicht sogar häufiger nutzen will.



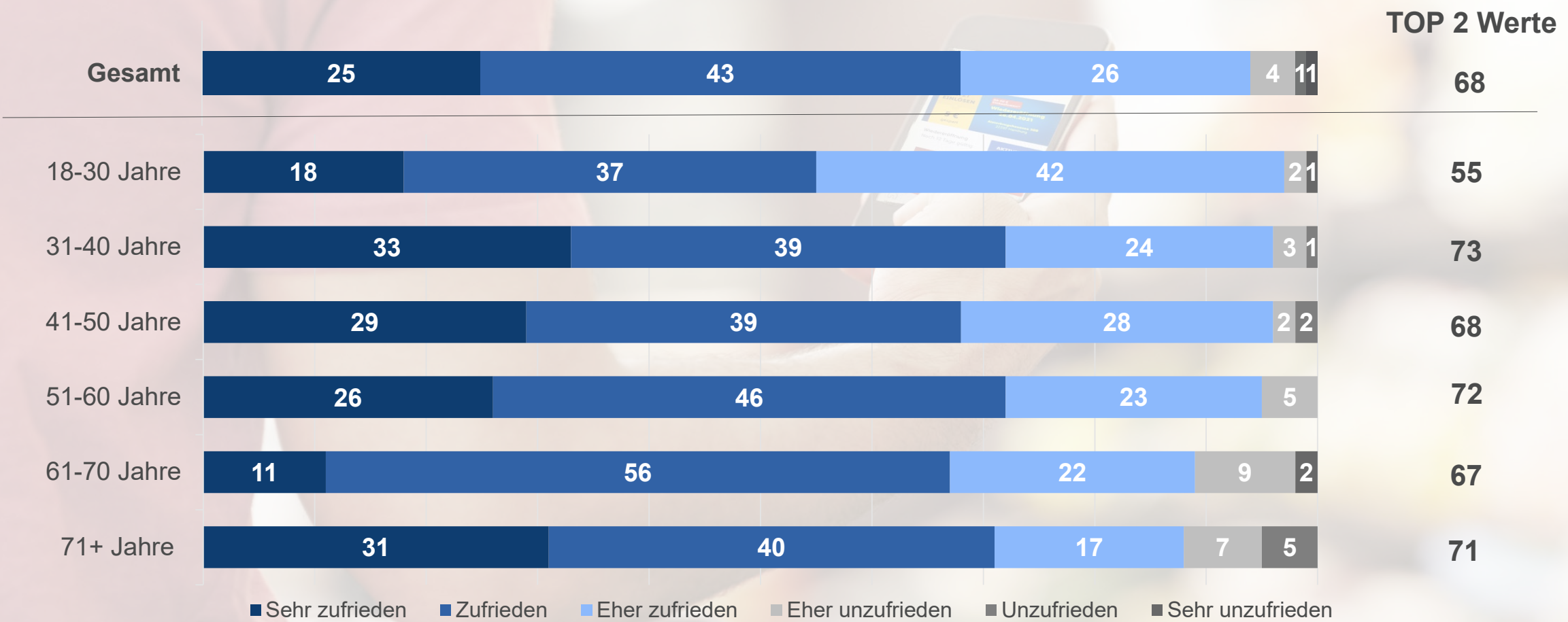
Mehr als jeder Zweite nutzt digitale Kundenkarten/ -Apps, bei den bis 50-Jährigen sind es knapp zwei von drei Befragten.

Nutzung von digitalen Kundenkarten/-Apps im LEH



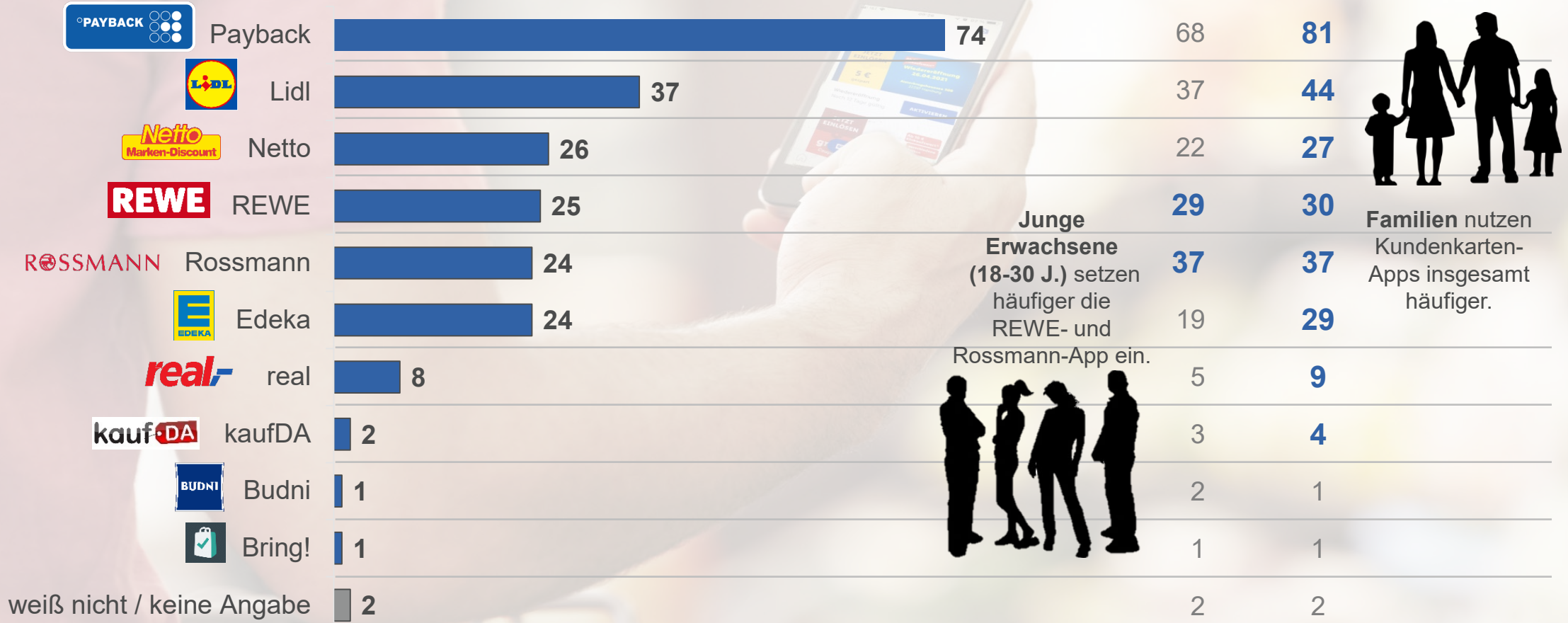
Zwei Drittel der App-Nutzer sind (sehr) zufrieden mit den genutzten digitalen Kundenkarten/-Apps.

Zufriedenheit von digitalen Kundenkarten/-Apps im LEH



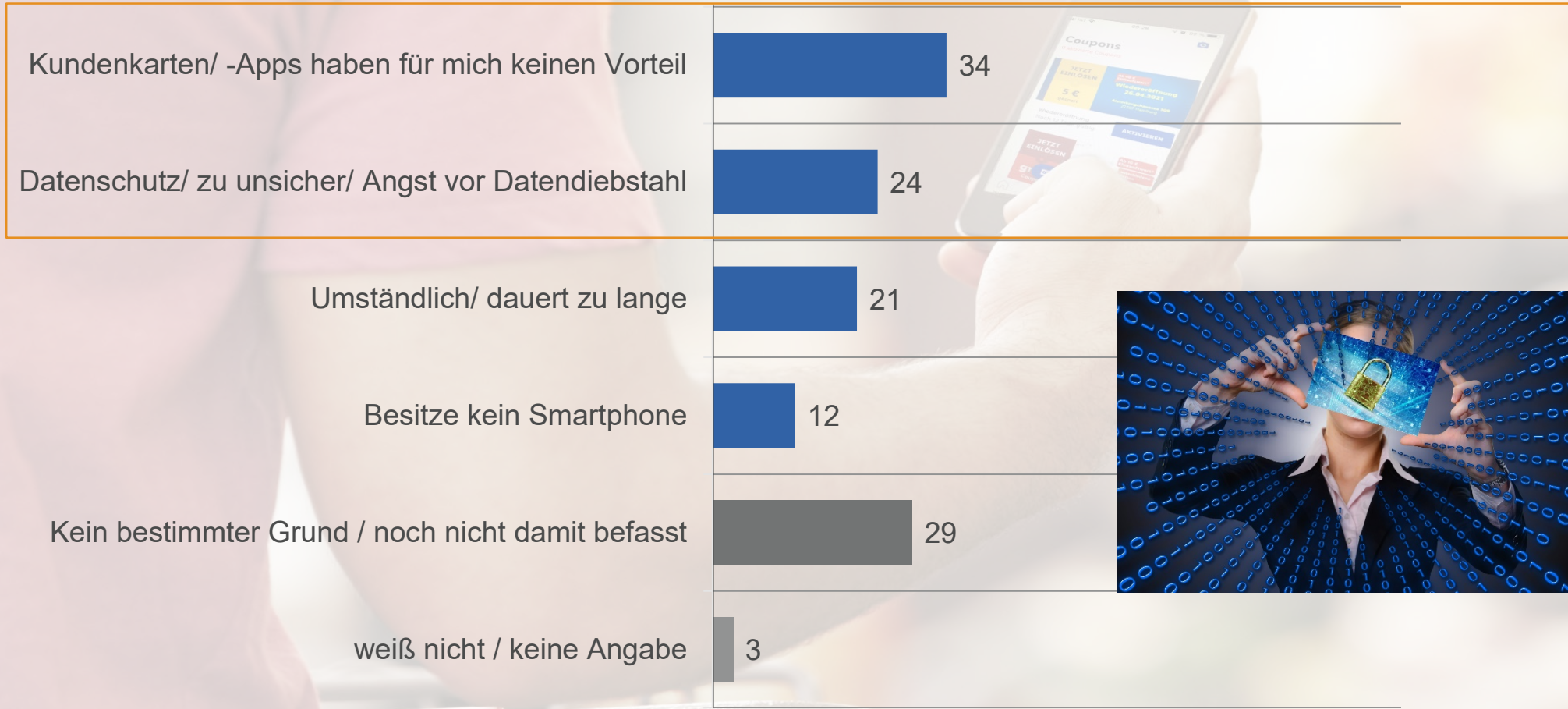
Die Payback-App ist am weitesten verbreitet, gefolgt von der Lidl-App. Jeder Vierte nutzt die Netto-, Rewe-, Rossmann- oder EDEKA-App.

App-Nutzer: Kundenkarten/-Apps für den Einkauf



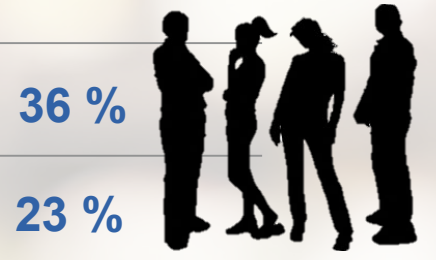
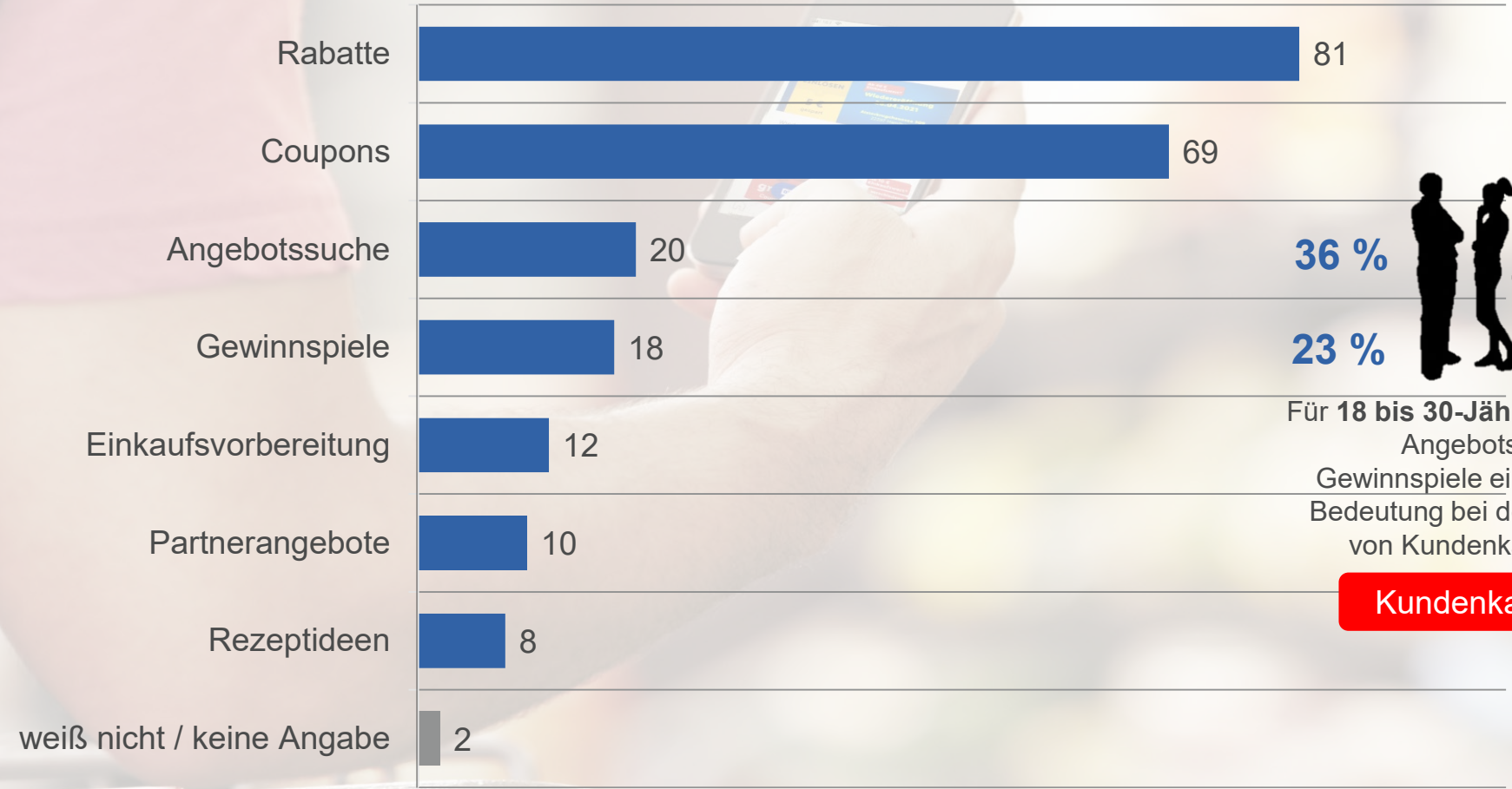
Barrieren für die Nutzung der Apps sind für jeden Dritten Zweifel an den Vorteilen - Angst um die Datensicherheit hat jeder Vierte.

Gründe für eine Nicht-Nutzung von digitalen Kundenkarten/-Apps



Hauptgründe für die Nutzung der Kundenkarten/-Apps sind Rabatte und Coupons.

Gründe für die Nutzung von digitalen Kundenkarten/-Apps



36 %
23 %
Für 18 bis 30-Jährige haben Angebotssuche und Gewinnspiele eine größere Bedeutung bei der Nutzung von Kundenkarten-Apps

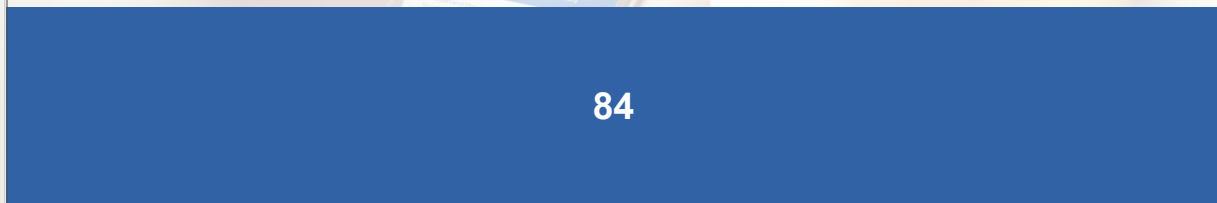
Kundenkarten/-Apps

Die große Mehrheit der Kunden-App-Nutzer schaut erst in die App, nachdem die Einkaufsstätte bereits ausgewählt wurde.

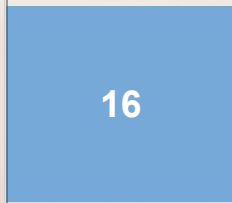
Einkaufsstättenwahl



Ich weiß, wo ich einkaufen möchte und schaue dann in der App nach



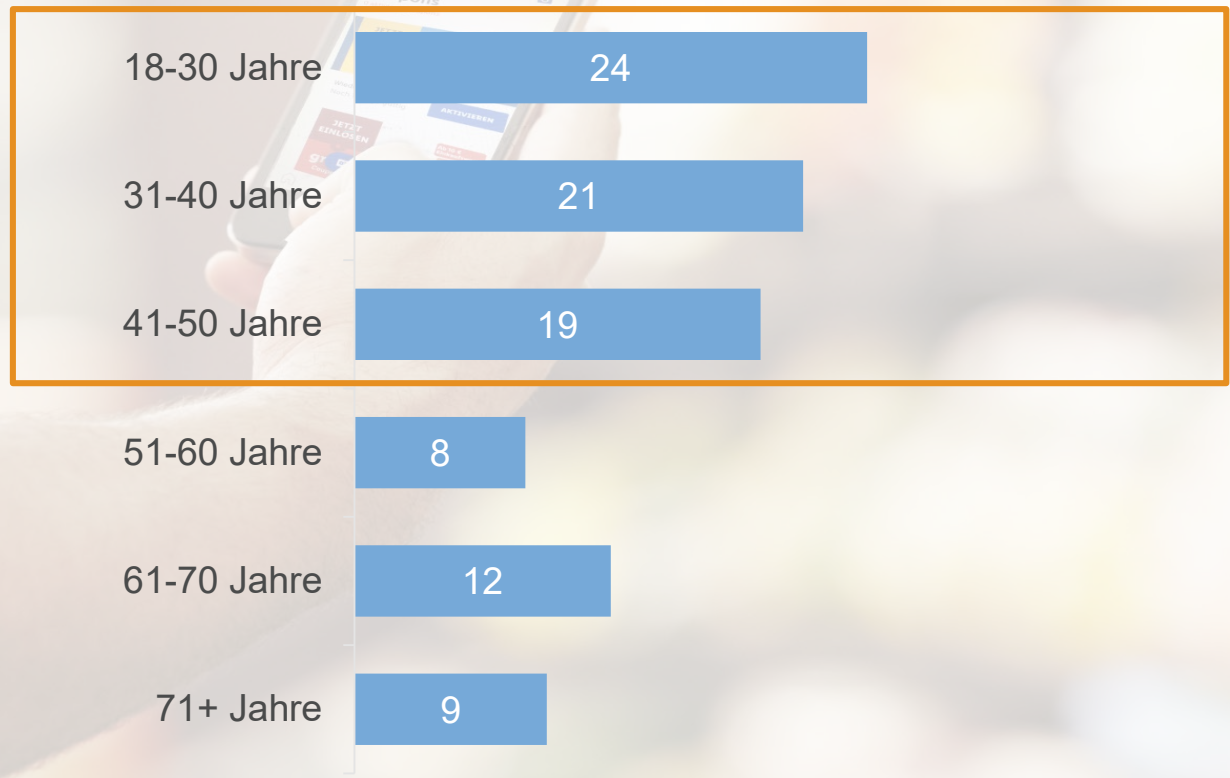
Ich schaue erstmal in die App und wähle danach meine Einkaufsstätte aus



Befragte bis 50 Jahren wählen ihre Einkaufsstätte häufiger aufgrund attraktiver Informationen aus der App aus.

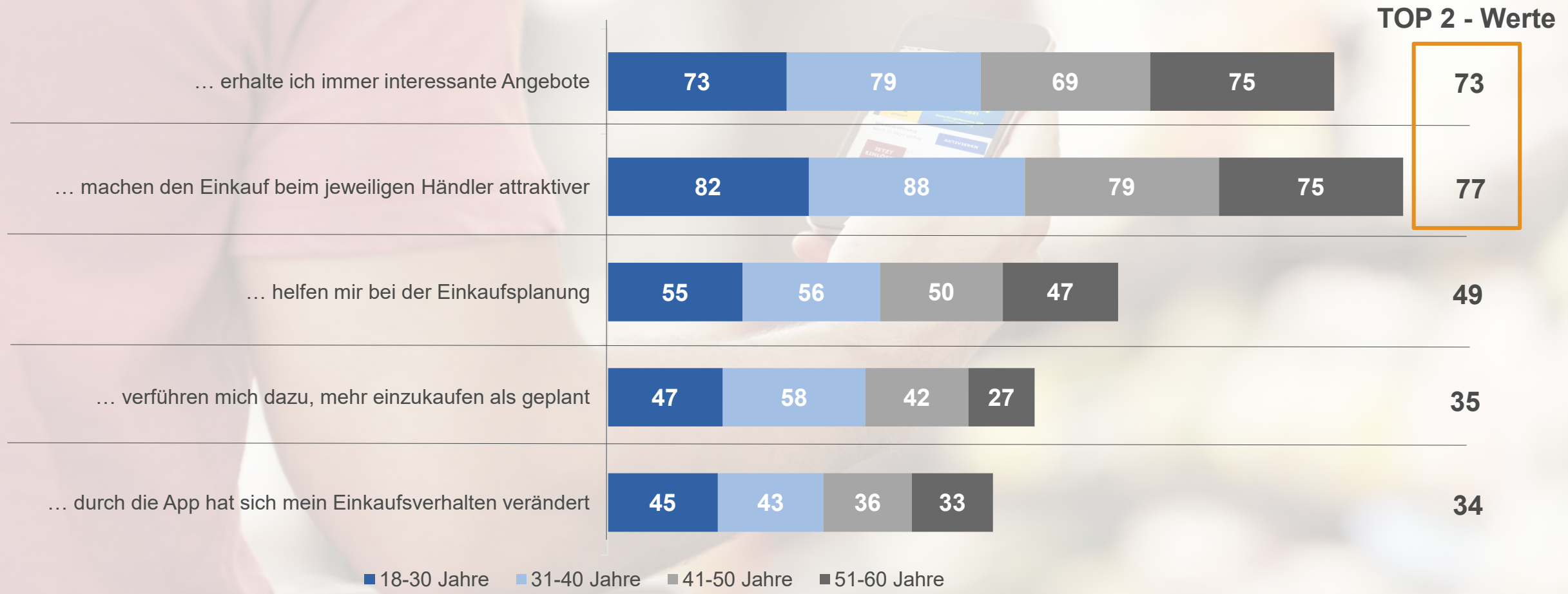
Einkaufsstättenwahl

Ich schaue erstmal in die App und wähle danach meine Einkaufsstätte aus



Nutzer sehen die Vorteile der Apps in den interessanten Angeboten und der Aufwertung des Einkaufs der jeweiligen Händler.

Bewertung der Kundenkarten/-Apps



Nutzer bis 50 Jahre sehen viele Vorteile und passen ihr Einkaufsverhalten an, dies ist besonders ausgeprägt bei den 31- bis 40-Jährigen.

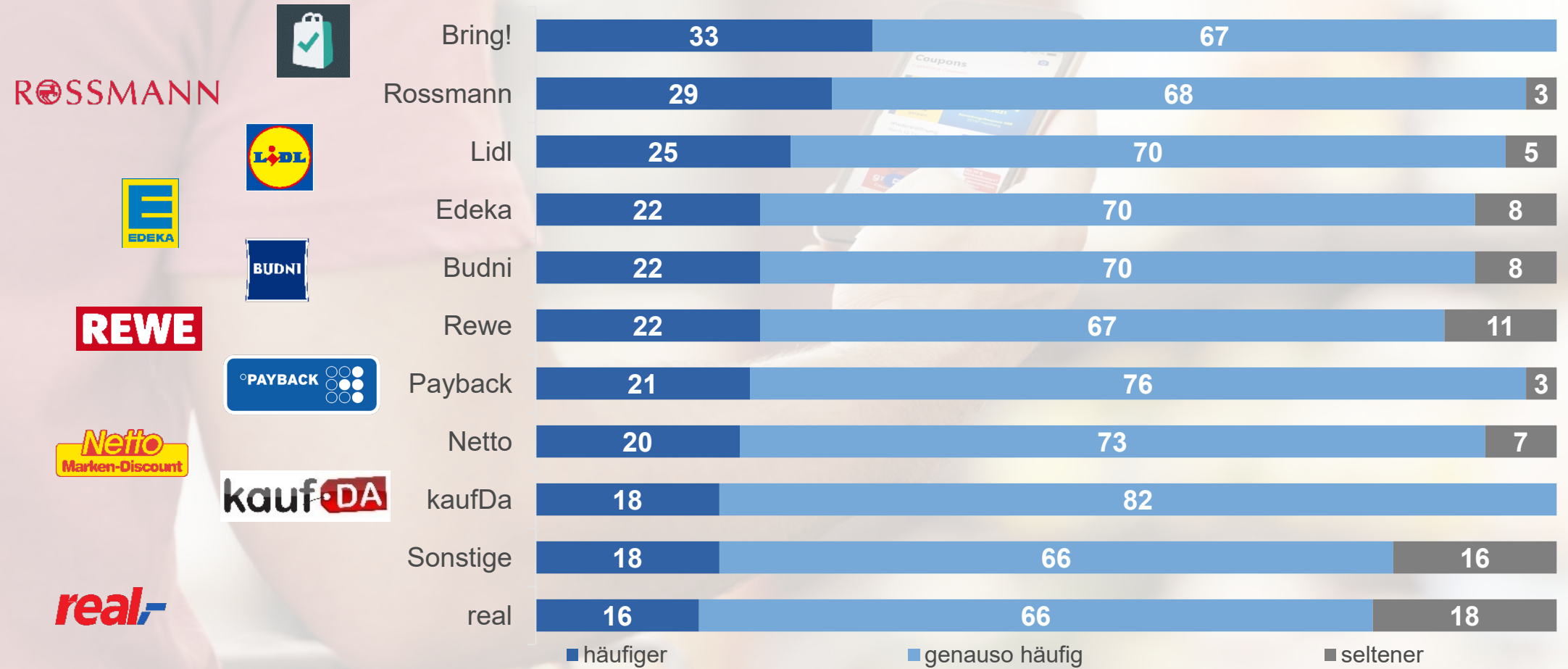
Bewertung der Kundenkarten/-Apps

TOP 2- Werte

	18-30 Jahre	31-40 Jahre	41-50 Jahre	51-60 Jahre	61-70 Jahre	71+ Jahre
... erhalte ich immer interessante Angebote	73	79	69	75	69	69
... machen den Einkauf beim jeweiligen Händler attraktiver	82	88	79	75	62	67
... helfen mir bei der Einkaufsplanung	55	56	50	47	43	46
... verführen mich dazu, mehr einzukaufen als geplant	47	58	42	27	12	20
... durch die App hat sich mein Einkaufsverhalten verändert	45	43	36	33	19	25

Die große Mehrheit der Nutzer wird seine Apps in Zukunft genauso häufig, jeder Fünfte bis Dritte sogar häufiger einsetzen.

Zukünftige Nutzungshäufigkeit











Frage 8: Falls 'Ja' lt. Frage 1
Werden Sie in Zukunft die jeweiligen Apps mehr oder weniger nutzen?

Angaben in %

Basis n=596

Untersuchungssteckbrief

Einsatz von digitalen Kundenkarten-/Apps im LEH

- 
Untersuchungsmethode: Online-Befragung
- 
Untersuchungszeitraum: April 2021
- 
Befragungsgebiet: Bundesweite Befragung
- 
Stichprobe: n=1.034 Personen
- 
Zielpersonen: quotiert nach Alter, Geschlecht und Bundesland
- 
Geschlecht: quotiert: Frauen (51%), Männer (49%)
- 
Alter: quotiert: 18-30 Jahre (16%), 31-40 Jahre (16%), 41-50 Jahre (15%), 51-60 Jahre (20%), 61-70 (15%), 71+ Jahre (18%)
- 
Projektmanagement: Forschungsgruppe g/d/p

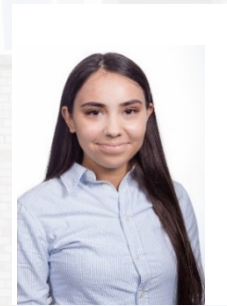
Ihre Ansprechpartner

Marie-Susann Burger
Research Consultant



☎ : +49 (0) 40 - 298 76 226
@: Burger@gdp-group.com

Selma Aliefendic
Junior Research Assistant



☎ : +49 (0) 40 - 298 76 221
@: aliefendic@gdp-group.com