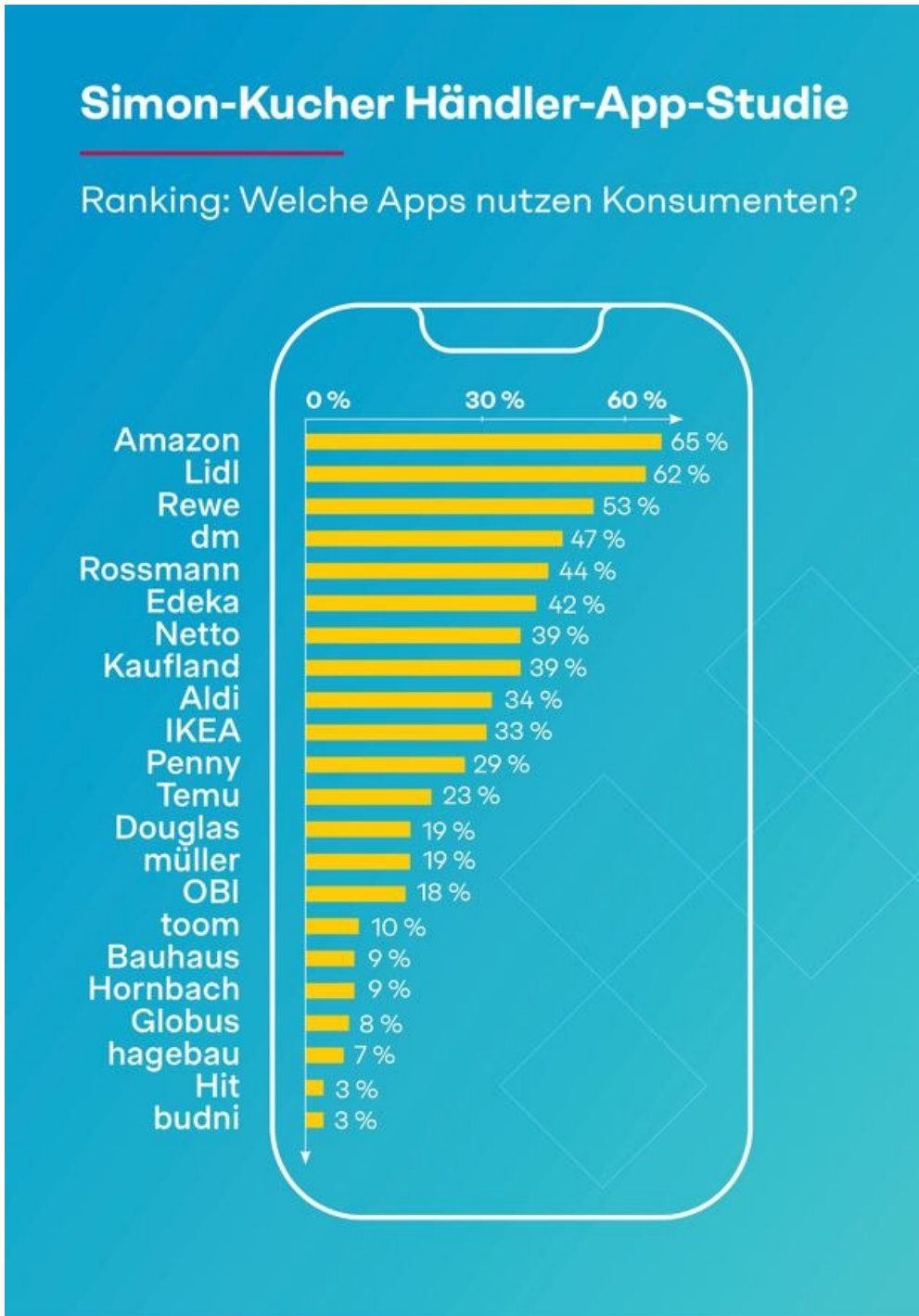


16.04.2024 - 07:57 Uhr

Händler-Apps: Jeder Zweite kauft wegen Apps öfter und mehr



Bonn (ots) -

Was und wie viel im Einkaufswagen landet? Das hängt laut der Simon-Kucher Händler-App-Studie stark davon ab, ob Kunden die Apps der Einzelhändler nutzen. So gibt rund jeder zweite Nutzer an, wegen Händler-Apps nicht nur häufiger, sondern auch mehr einzukaufen. Rund die Hälfte der Konsumenten wählt beim Einkauf ihrer Produkte sogar nach Vorschlägen der App aus. Inzwischen setzen ganze neun von zehn Verbrauchern für Infos über Angebote/Rabatte auf mobile Software. Im Ranking belegt Amazon dabei den ersten Platz vor Lidl, Rewe und dm.

- 50 % kaufen wegen Apps mehr, 49 % kaufen häufiger; trotzdem sagen 73 % Einkäufe seien günstiger
- Fast jeder Zweite (47 %) wählt Produkte nach Produktvorschlägen der App aus, 69 % nach den Rabatten
- Bei Produktvorschlägen testen 56 % der Kunden mehr neue Produkte, bei Rabatten sogar 65 %
- 9 von 10 Konsumenten setzen für Infos über Angebote/Rabatte auf Händler-Apps, 44 % sogar regelmäßig

- Amazon (65 %) ist die meistgenutzte Händler-App vor Lidl (62 %), Rewe (53 %) und dm (44%)

Ob Supermarkt, Drogeriekette, Baumarkt oder Onlineversandhändler - der Einzelhandel wird immer mehr von Apps bestimmt. Wie sehr? Das verrät die aktuelle Händler-App Studie der Strategieberatung Simon-Kucher. Demnach kaufen 49 Prozent der Kunden, die eine Händler-App nutzen, häufiger ein. Bei 50 Prozent der Nutzer landen dabei sogar mehr Produkte im Einkaufswagen.

9 von 10 Kunden setzen für Infos über Angebote auf Händler-Apps

"Neun von zehn Konsumenten setzen auf Händler-Apps, wenn es um Infos über Angebote und Rabatte geht", betont Dr. Tobias Maria Günter, Partner und Head of Retail bei Simon-Kucher. Fast die Hälfte der Konsumenten nutzt die Apps dafür sogar regelmäßig. "Apps sind eins der wertvollsten Werkzeuge des Einzelhandels. Sie sind der wichtigste Kanal, um Infos an Kunden zu kommunizieren. Schon jetzt steht fest: Die Qualität der Apps wird in Zukunft maßgebend für den Erfolg eines Händlers sein."

Fast jeder Zweite wählt Artikel nach Produktvorschlägen der Apps aus

So haben die Apps einen extrem starken Einfluss darauf, was im Einkaufswagen landet. Fast jeder Zweite wählt Produkte danach aus, welche Artikel in der App vorgeschlagen werden. Kommen Rabatte hinzu, lassen sich sogar 69 Prozent bei der Produktauswahl beeinflussen. "Händler-Apps sind vor allem effektiv, wenn es um neue Produkte geht. Es ist extrem schwierig, Kunden zu motivieren, Unbekanntes zu testen. Produktvorschläge in der App führen aber dazu, dass über die Hälfte eine höhere Anzahl an neuen Artikel kauft. Kombiniert mit Rabatten probieren dann 65 Prozent mehr unbekannte Produkte aus", so Günter.

Effekt im Einzelhandel enorm

Der Effekt der Händler-Apps ist laut der Simon-Kucher Händler-App-Studie dabei sowohl im Lebensmittel-Einzelhandel, als auch bei Baumärkten, Drogerien und Online-Händlern zu beobachten. Lidl (62 Prozent), Rewe (53 Prozent) und dm (47 Prozent) sind hier die meistgenutzten Apps der stationären Händler. "Die Nutzungsrate von Lidl reicht fast an die Nutzung der App des eCommerce-Riesen Amazon heran", betont Günter. Nur noch drei Prozentpunkte Vorsprung hat der Online-Händler. "Die Lidl-App ist eine klare Kampfansage an die Konkurrenz. In Sachen App-Strategie ist der Discounter absoluter Vorreiter."

Kunden-Klau dank App?

Warum das für die Konkurrenz gefährlich werden kann? Bei mehr Gratis-Produkten ist die Hälfte der Kunden bereit zum Wettbewerber zu wechseln. Bei höheren Rabatten ziehen ganze 60 Prozent in Betracht, zukünftig bei der Konkurrenz einzukaufen. Unter den Schnäppchenjägern sind es sogar 79 Prozent. Die Folge? "Mit der richtigen App-Strategie können Händler gezielt Kunden abwerben", so Günter.

Kunden offen für individuelle Rabatte

Ein Trend, der im Kampf der Händler entscheidend werden könnte: Individuelle Rabatte. Der Großteil der Verbraucher (68 Prozent) findet es fair, dass Kunden unterschiedliche Vergünstigungen erhalten. Das gibt dem Handel ganz neue Optionen, das Einkaufserlebnis weiter zu personalisieren. Schon jetzt empfindet ein Großteil das Einkaufserlebnis durch die Apps als besser (67 Prozent) und effizienter (65 Prozent). "Bei der Rabatthöhe ist aber Vorsicht geboten", so Markus Goller, Senior Director bei Simon-Kucher. Denn: Rund die Hälfte (43 Prozent) der Kunden betont, dass die Rabatthöhe unterm Schnitt für alle gleich sein sollte.

***Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Händler-App-Studie 2024 wurde im März 2024 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt. 1.000 Konsumenten in Deutschland wurden zu App-Nutzung, Einfluss auf das Einkaufsverhalten, Kaufanreize und Rabattgestaltung befragt.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

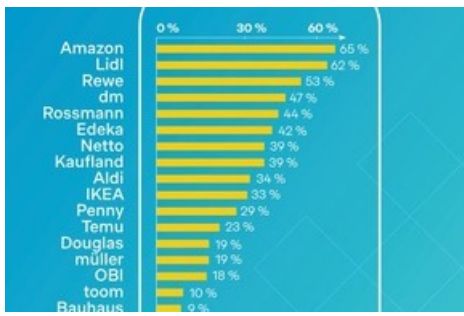
Für Rückfragen, detaillierte Informationen sowie Infografiken in Druckqualität stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Medieninhalte



Simon-Kucher Händler-App Studie - Ranking: Welche Apps nutzen Konsumenten? Weitere Infografiken in Druckauflösung erhältlich / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100918312> abgerufen werden.