

23.05.2024 - 07:41 Uhr

## Baumarkt-Apps: Obi hängt Konkurrenz ab - Drohen Umsatzeinbußen?

### Simon-Kucher Händler-App-Studie

Bei welchen App-Vorteilen würden Baumarkt-Kunden bei der Konkurrenz kaufen?

**64 %**   
Mehr Rabatte

**56 %**   
Mehr Gratisprodukte

**51 %**   
Rückvergütung

**50 %**   
Bonuspunkte/Gewinnspiele

**50 %**   
Personalisierte Coupons

**44 %**   
Exklusive Angebote/Produkte/Events

**32 %**   
Schnellerer Einkauf

**28 %**   
Inspiration



Bonn (ots) -

Im Ranking der beliebtesten Baumarkt-Apps hat Obi die Nase vorn. Laut der Simon-Kucher Händler-App-Studie wird die Baumarkt-App von Obi fast doppelt so viel genutzt, wie die der Konkurrenz. So greift nur rund ein Drittel der User von Händler-Apps auf Apps von toom, Bauhaus, hornbach und hagebau zu - bei Obi hingegen sind es zwei Drittel der Verbraucher. Das Gefährliche: Schon bei kleinen App-Vorteilen wie höheren Rabatten wollen Konsumenten bei der

## Konkurrenz einkaufen.

- App-Ranking: Obi (63 %) weit vor toom (36 %), Bauhaus (33 %), Hornbach (33 %) und hagebau (24 %)
- Besonders höhere Rabatte und mehr Gratisprodukte in der App verführen zum Kauf bei der Konkurrenz
- Sogar für schnellere Einkäufe oder bessere Inspiration würde über jeder Vierte den Baumarkt wechseln
- Produktverfügbarkeit und Nachhaltigkeit ist Baumarkt-Kunden wichtiger als Usern anderer Händler-Apps
- 81 % sagen, dass sie dank der Apps Geld sparen; 58 % kaufen wegen Apps häufiger, 57 % kaufen mehr
- 64 % testen wegen ihrer Baumarkt-App mehr neue Produkte; bei Rabatten sind es sogar 73 %

Wenn es um Baumarkt-Apps geht, spielt Obi laut der Simon-Kucher Händler-App-Studie in einer anderen Liga. Im Vergleich zum Wettbewerb nutzen demnach fast doppelt so viele Kunden die Obi-App. Während 63 Prozent der befragten Nutzer von Baumarkt-Apps die Applikation von Obi nutzen, verzeichnen toom (36 %), Bauhaus (33 %), Hornbach (33 %) und hagebau (24 %) deutlich weniger User.

## Kleine Vorteile reichen, um zur Konkurrenz zu wechseln

"Obi ist der Konkurrenz um Längen voraus - das muss ein Weckruf sein!", betont Dr. Tobias Maria Günter, Partner bei Simon-Kucher. "Apps sind im Kampf um Kunden entscheidend." Aber drohen auf Grund der eigenen Baumarkt-App wirklich Umsatzeinbußen? Das ist laut den Studien-Ergebnissen durchaus möglich. "Bereits kleine App-Vorteile reichen, damit Baumarkt-Kunden zur Konkurrenz wechseln!", weiß Günter.

## Gratisprodukte und Rabatte als stärkste Pull-Faktoren

Was es braucht, damit Kunden dem Stamm-Baumarkt den Rücken kehren? Tatsächlich nicht viel. So reichen 64 Prozent der Kunden bereits höhere Rabatte in der App. Mit mehr Gratisprodukten lassen sich 56 Prozent locken. Circa 50 Prozent würden wechseln, wenn die App der Konkurrenz eine Rückvergütung, Bonuspunkte & Gewinnspiele oder personalisierte Coupons bietet. Winken exklusive Angebote, Produkte oder Events, gehen 44 Prozent zum Wettbewerber.

## Mit Schnelligkeit & Inspiration Kunden klauen

Spannend: Es sind nicht nur finanzielle Faktoren, die Kunden zum Baumarkt-Wechsel bewegen. Auch wer dank der App schneller einkaufen kann (32 Prozent) oder sich durch diese inspiriert fühlt (28 Prozent), würde bei der Konkurrenz einkaufen. "Diese Stellschrauben müssen mitgedacht werden", so Günter.

## Produktverfügbarkeit-Funktion besonders wichtig

Ein weiteres Studienergebnis, das heraussticht: Produktverfügbarkeit und Nachhaltigkeit sind Usern von Baumarkt-Apps deutlich wichtiger als Usern von Händler-Apps im Lebensmittel- oder Drogeriebereich. "Wer im Supermarkt keinen Reis findet, kocht vielleicht Nudeln. Baumarkt-Kunden aber sind darauf angewiesen, die exakten Produkte zu finden, die sie suchen", erklärt Günter. Wenn Kunden über die App zuverlässig die Verfügbarkeit von Produkten abfragen können, sei dies ein nicht zu unterschätzendes Argument.

## 58 % kaufen wegen Apps häufiger, 57 % kaufen mehr

Warum sich die Investitionen in Apps für Bau- und Heimwerkermärkte lohnen? Laut der Händler-App Studie kaufen 58 Prozent der User von Baumarkt-Apps häufiger und 57 Prozent der User sogar mehr ein. Gleichzeitig sagen 81 Prozent, dass sie dank der Apps Geld sparen. "Eine klare Win-Win-Situation", so Markus Goller, Senior Director bei Simon-Kucher. Für die Baumarkt-Branche ebenfalls relevant: 64 Prozent testen wegen der Apps mehr neue Produkte aus, bei Rabatten sind es sogar 73 Prozent.

## "Baumarkt-Apps hängen Prospekte ab!"

"Der Baumarkt-Handel darf die Wirkung von Apps nicht länger leugnen", lautet das Fazit von Markus Goller. "Baumarkt-Apps hängen Prospekte ab!" Denn wer eine Baumarkt-App besitzt, nutzt diese eher als gedruckte Handzettel, um sich über Angebote zu informieren. In der Baumarkt-Branche sei dieser Effekt noch viel ausgeprägter als in anderen Branchen. "Der Trend wird sich weiter verstärken. Jetzt ist es wichtig, dass Baumärkte rechtzeitig investieren, und sich in Sachen Händler-Apps richtig aufzustellen."

**\*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. Diese Pressemitteilung ist ein Deep-Dive und bezieht sich auf die Ergebnisse zu Baumärkten (276 Konsumenten). Die [Pressemitteilung](#) zu den [Gesamtergebnissen](#) wurde bereits veröffentlicht.

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)

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Managerin)  
Tel: +49 173 5381929  
E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

## Medieninhalte



Simon-Kucher Händler-App-Studie 2024 Baumarkt Deep Dive / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/78805](http://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/100019081/100919662> abgerufen werden.