

Supermarkt-Apps: Sparen oder Teurer Schock durch Impulskäufe?

Entdecken Sie, wie Supermarkt-Apps die Kundenbindung fördern, Einsparungen begrenzen und das Kaufverhalten beeinflussen.



Köln, Deutschland - Supermarkt-, Discounter- und Drogeriemärkte setzen vermehrt auf digitale Kundenbindung durch Apps. Diese Anwendungen bieten Funktionen wie digitale Einkaufslisten, Rabatte, Coupons und sogar Online-Prospekte. Doch während die Nutzung dieser Apps populär ist, stellt sich die Frage: Sparen die Kunden wirklich Geld oder geben sie am Ende mehr aus, als ihnen lieb ist? Laut **Radio Köln** gibt es klare Hinweise darauf, dass das Einsparpotenzial oft bescheiden bleibt.

Der E-Commerce-Experte Markus Montz von **Mc t½ æuáert** Bedenken: Die tatsächlichen Vorteile durch Rabatte und Coupons liegen häufig unter einem Prozent des gesamten

Einkaufswertes. Doch die Nutzung dieser Apps kann die Einkaufserfahrung erheblich beeinflussen, da impulsives Kaufen stark gefördert wird. Dadurch geben viele Kunden am Ende mehr aus, als sie ursprünglich geplant hatten. Mangelnde Einkaufsdisziplin verschärft das Problem weiter.

Die Beliebtheit von Apps

Das Nutzerverhalten zeigt, dass etwa 82 % der Verbraucher in Deutschland Supermarkt-Apps nutzen, um von Rabatten zu profitieren. Doch der Grund für die Nutzung ist in vielen Fällen nicht nur das Sparen; die **ZDF** zeigt, dass viele Käufer auch an einer bequemen und modernen Einkaufserfahrung interessiert sind. Um alle Funktionen nutzen zu können, müssen sich die Nutzer anmelden und ihren bevorzugten Markt angeben.

Während die Apps oft kostenlos sind und viele nützliche Features bieten, wie etwa Rezepte und exklusive Angebote, stoßen sie an ihre Grenzen. Die Apps sammeln Daten über das Kaufverhalten der Nutzer, um personalisierte Angebote zu erstellen. Diese Datensammlung sorgt für Aufregung unter den Verbrauchern, die ihre Datenschutzbestimmungen beachten sollten. So können die Apps auf persönliche Daten wie Standort und Kamera zugreifen, falls die Einstellungen nicht korrekt angepasst werden.

Die Schattenseite der Schnäppchen

Trotz aller Vorteile sollte der Nutzer auch kritisch sein. Die Sparangebote, die durch die Apps angeboten werden, sind nicht immer eine echte Ersparnis. Laut **Supermarkt Inside** empfinden viele Nutzer die Rabatte als verlockend, doch die Frage bleibt: Wie viel Geld wird wirklich gespart? Es wird empfohlen, sich an die Einkaufsliste zu halten und Angebote zu vergleichen, um das Sparpotenzial tatsächlich zu nutzen.

Eine positive Entwicklung in der Nutzung von Loyalty-Programmen zeigt sich jedoch: 55 % der Konsumenten ziehen

Lebensmittelhändler vor, die solche Programme anbieten. Diese Apps steigern nicht nur die Kauffrequenzen, sondern erhöhen auch die Warenkörbe und die Kundentreue. Laut einer Studie verwenden 43 % der Loyalty-App-Nutzer die Programme sehr intensiv, wobei Angebote und Rabatte die Hauptmotivation sind.

Wenn man schlau einkauft und die richtige App nutzt, kann es durchaus gelingen, das Budget im Zaum zu halten. Doch Vorsicht: Das Verlangen, immer die neuesten Angebote in Anspruch zu nehmen, kann schnell ins Geld gehen. Die Balance zwischen Schnäppchenjagd und verantwortungsbewusster Budgetgestaltung bleibt entscheidend für jeden, der in den Supermarkt geht. Ein gutes Händchen ist gefragt!

Details	
Ort	Köln, Deutschland
Quellen	• www.radiokoeln.de • www.zdfheute.de • www.supermarkt-inside.de

Besuchen Sie uns auf: mein-koeln.net