DER LOYALTY REPORT 2023

Offizieller **DACH**-Report

Pressekonferenz
24. Mai 2023

hello again. × HANDELS VERBAND × SWISS RETAIL FEDERATION × bevh

Gesprächspartner

Franz Tretter

Gründer und CEO
hello again GmbH

Dagmar T. Jenni

Direktorin
Swiss Retail Federation

Martin Groß-Albenhausen

stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

Rainer Will

Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

Gesprächspartner

Franz Tretter

Gründer und CEO
hello again GmbH

Dagmar T. Jenni

Direktorin
Swiss Retail Federation

Martin Groß-Albenhausen

stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

Rainer Will

Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

Loyalty Report 2023

marketagent.

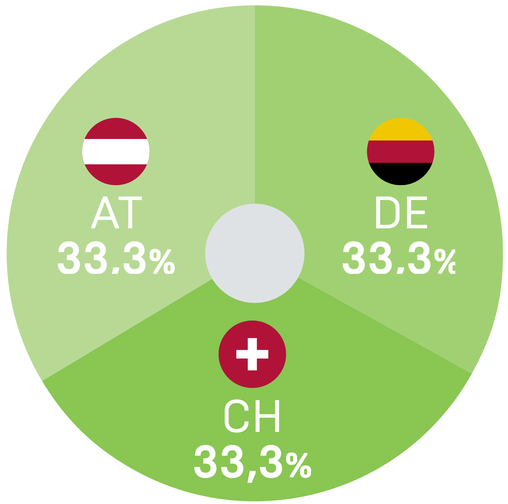
SAMPLE-GRÖSSE

n = 1.529 Netto-Interviews

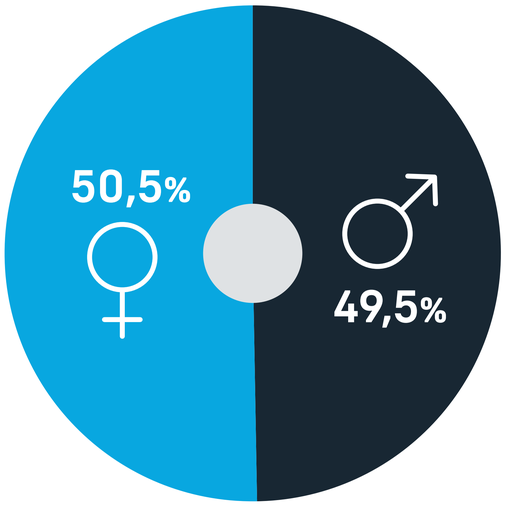
FELDZEIT

02.03.2023 – 14.03.2023

LÄNDER



GESCHLECHT

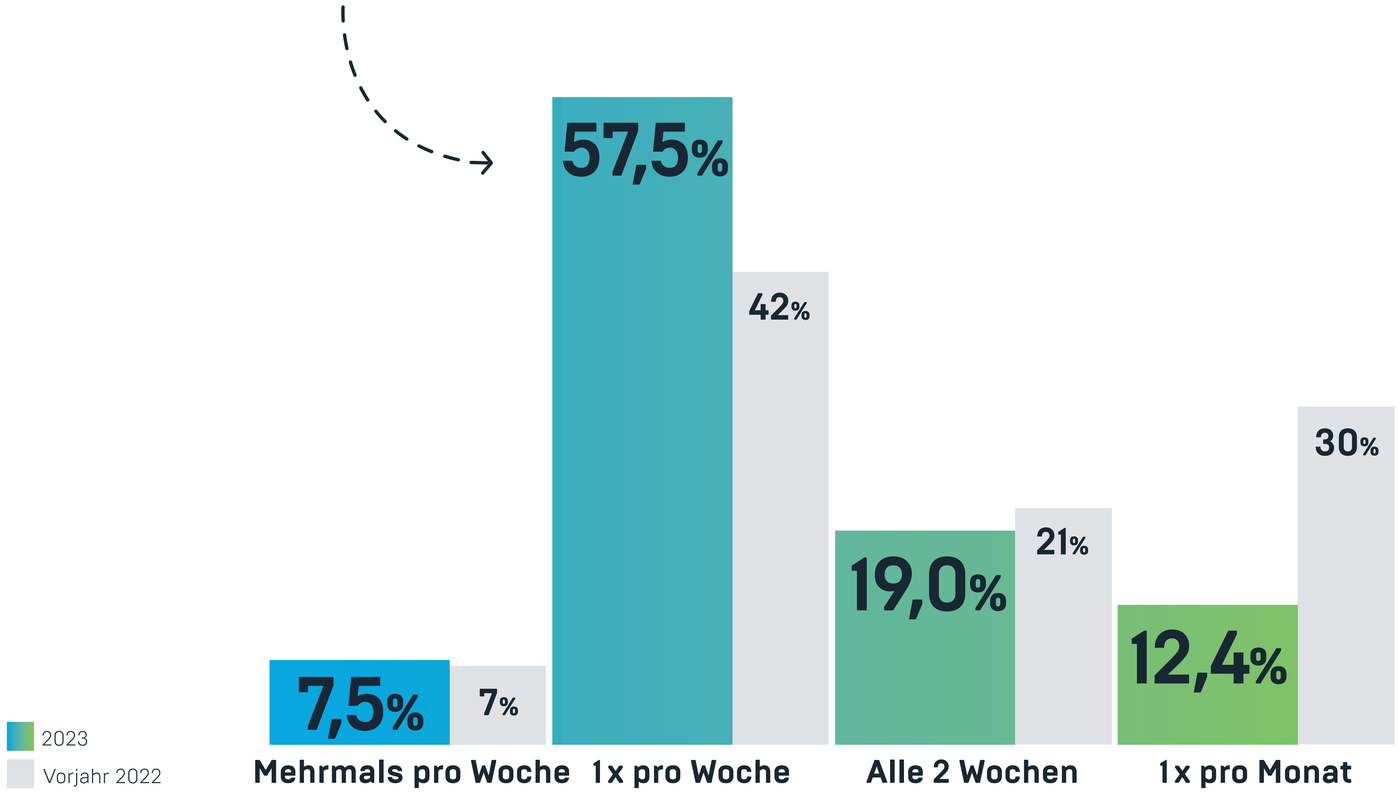


hello again. × HANDELS VERBAND × SWISS RETAIL FEDERATION × bevh

Teuerung als Treiber
für Kundenbindung

Häufigkeit der Kommunikation

Im Vergleich zum Vorjahr 2022 wollen
die Konsument:innen öfter über Angebote und Neuigkeiten informiert werden



der Konsument:innen wünschen sich von Unternehmen **informiert zu werden**

LÄNDER-VERGLEICH

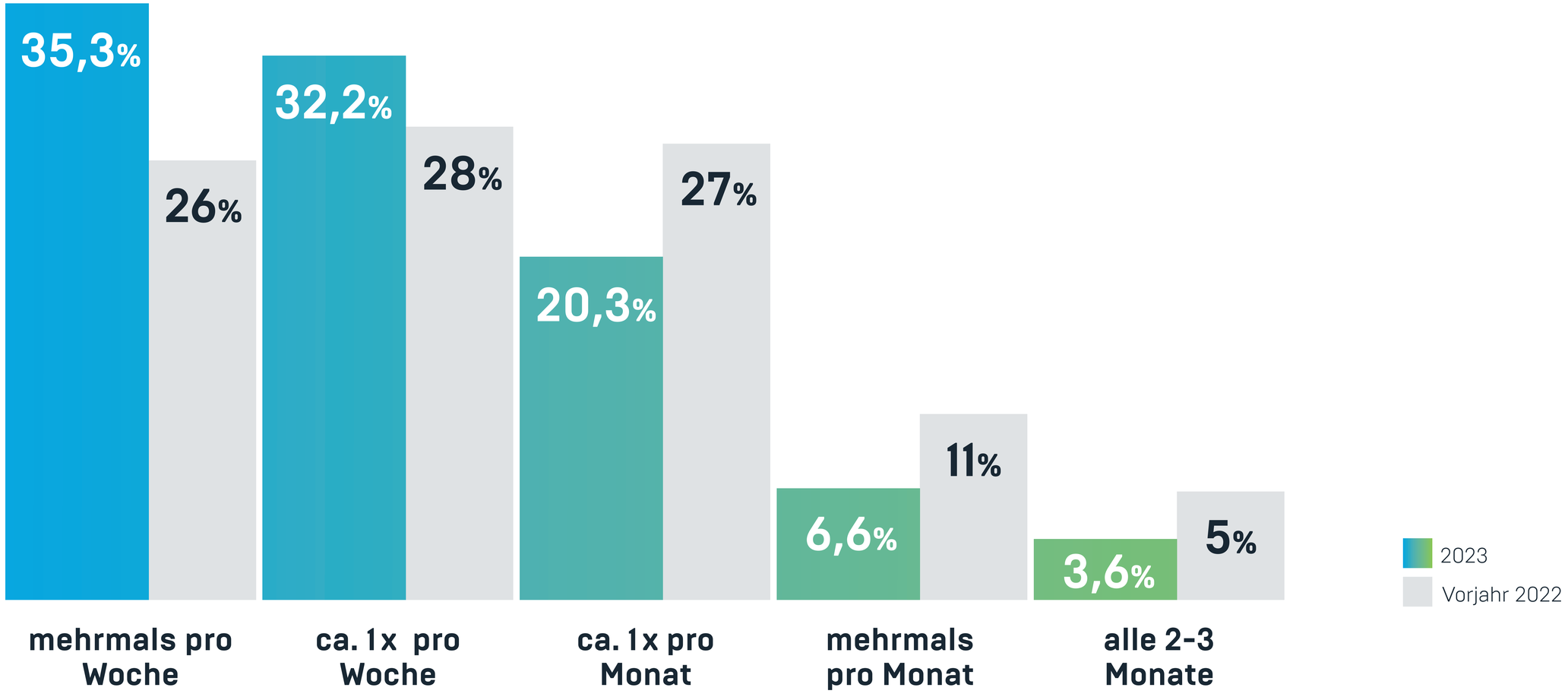
Deutschland will am häufigsten Informationen (11,8 % mehrmals die Woche)

In Österreich wollen die meisten 1x pro Woche eine Information (60,2 %)

Die Schweizer:innen fragen seltener danach: 43,4 % wünschen sich maximal alle zwei Wochen eine Information

Häufigkeit der Nutzung ...

... von Kundenbindungs-Programmen



Kundenbindung
als Umsatz-Boost

Gründe für häufigere Einkäufe in bestimmten Geschäften

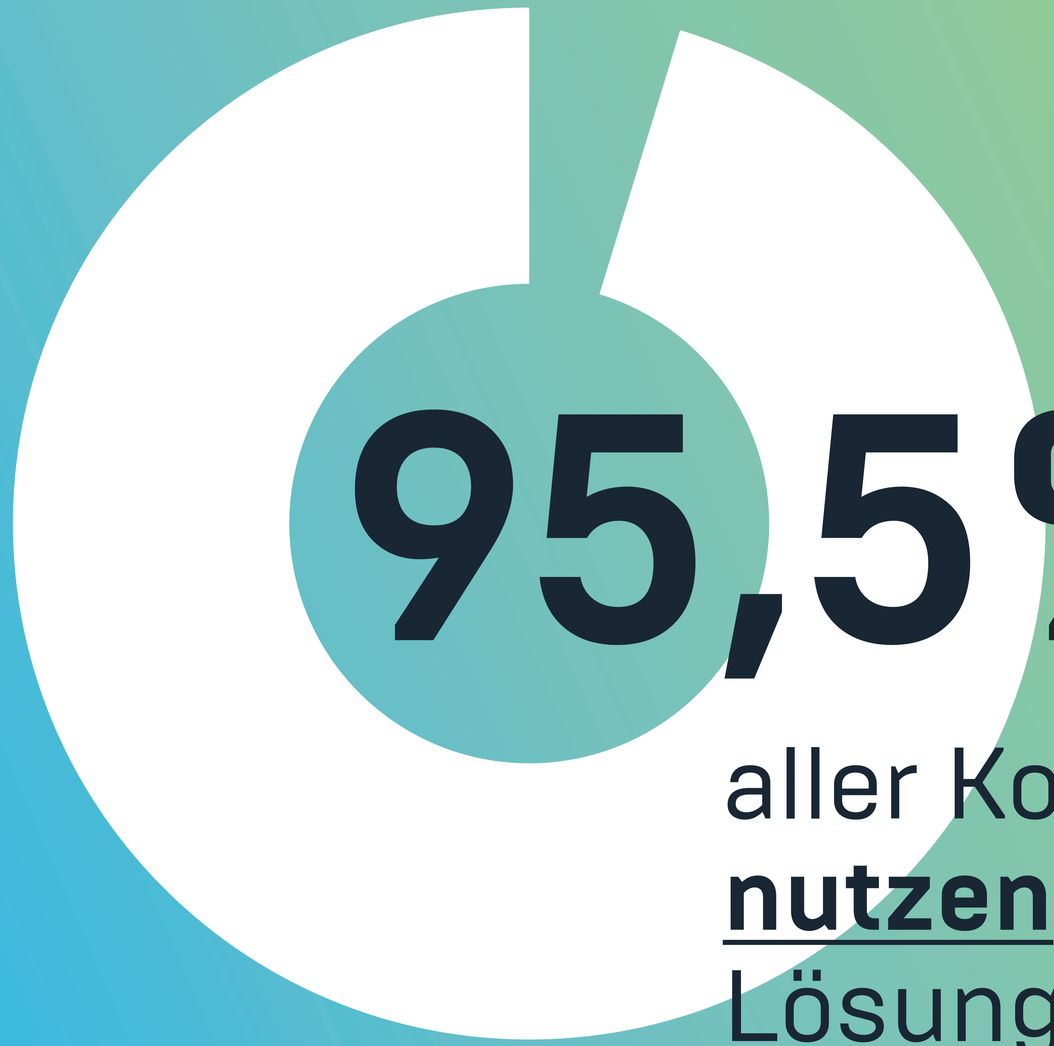
62,9%
Weil es in der **Nähe** ist oder auf meinem Weg liegt

42,4%
Weil dieses Geschäft eine **große Auswahl** bietet

Weil ich dort für meine **Treue belohnt** werde
40,9%

40,5%
Weil dieses Geschäft **besonders günstig** ist

Preisaffinität durchgängig erkennbar



95,5%

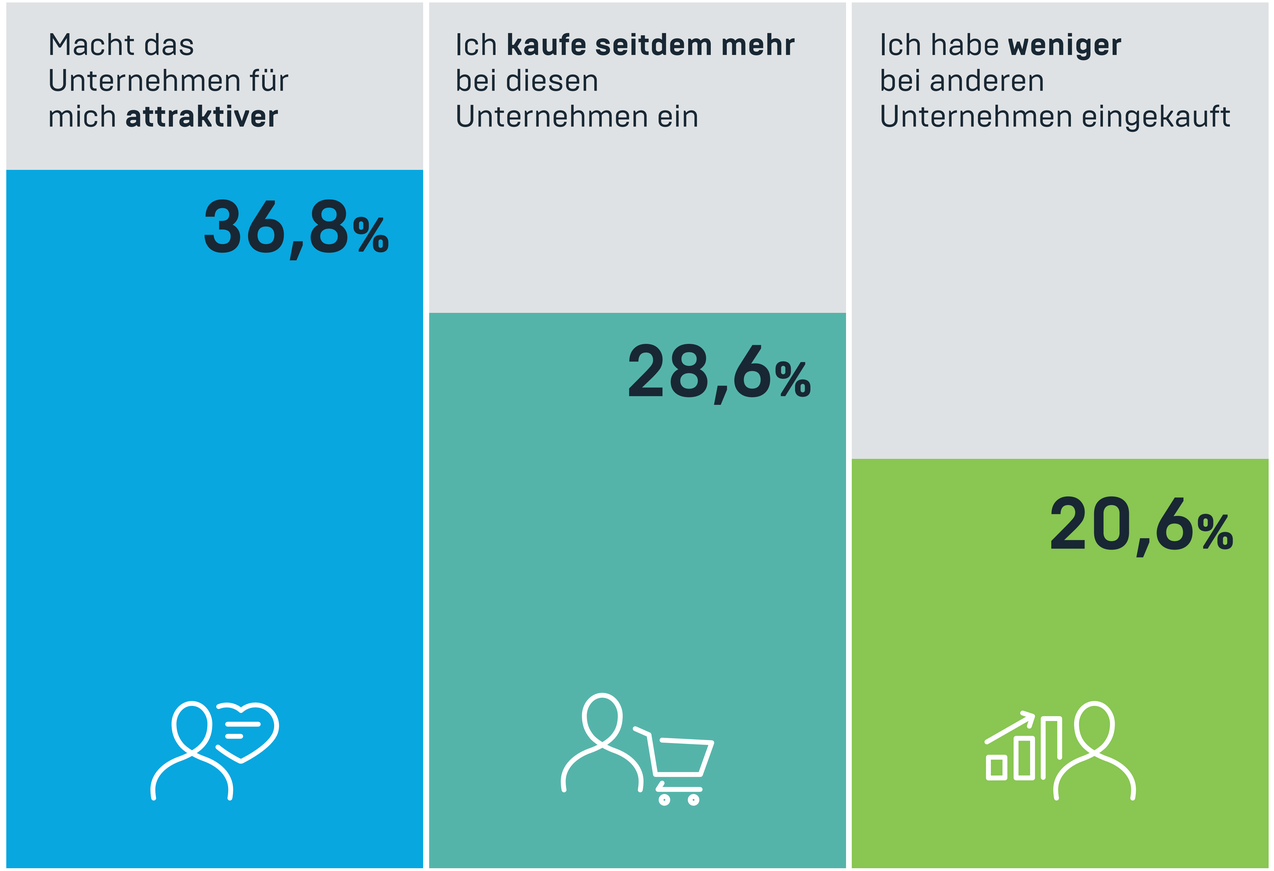
aller Konsument:innen **nutzen** Kundenbindungs-Lösungen

VORJAHRES-VERGLEICH

+3,5%

Im Vorjahr 2022 waren es **92%**

Kundenverhalten seit Verwendung von Kundenbindungs-Lösungen



LÄNDER VERGLEICH

In Deutschland wurde das Unternehmen am **meisten weiterempfohlen** (DE 17,8 % vs. Ø 13,1 %)

+28,4%

mehr geben die Kund:innen durch Kundenbindungs-programme aus

Digitalisierung bleibt auf **Wachstumskurs**

78,3%

nutzen
digitale Medien

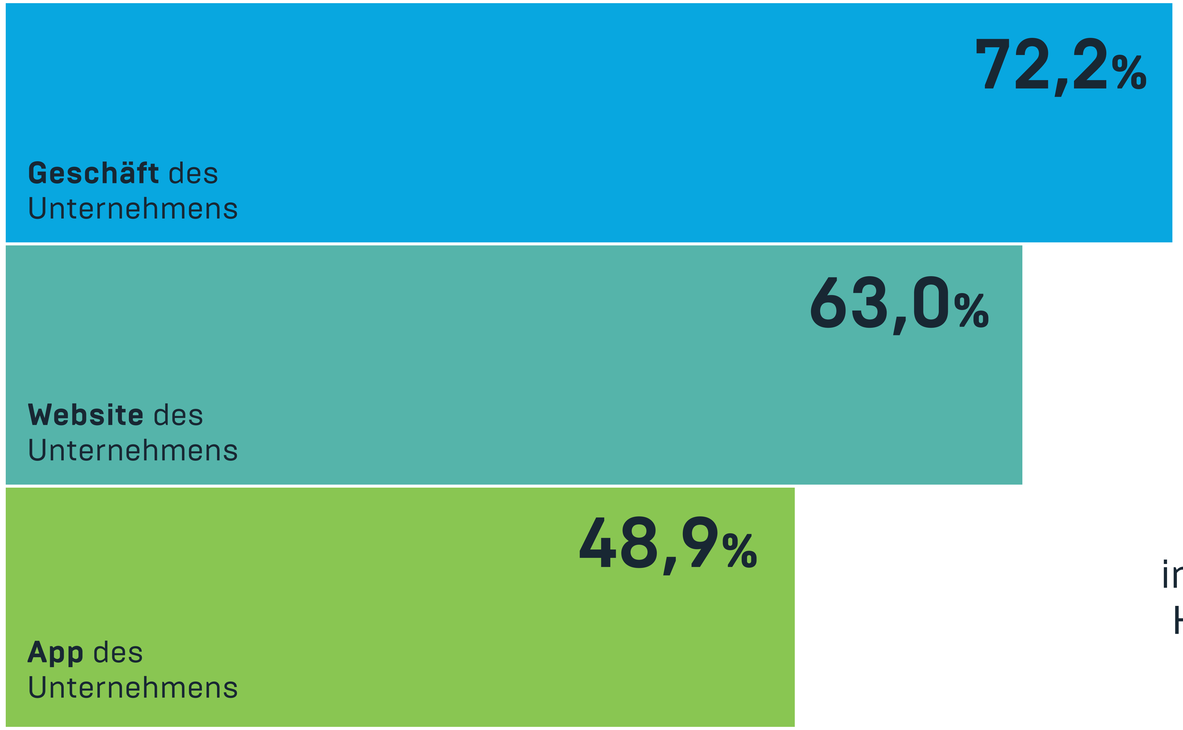
VORJAHRES-VERGLEICH

+3,3%

Im Vorjahr 2022 waren es **75%**

Attraktive Informationsquellen für ...

... (Neu)Kund:innen



Informieren sich gerne aktiv

Informationen müssen immer aktuell und für die Kund:innen greifbar sein

ALTERS-VERGLEICH

Push-Nachrichten sehr attraktiv bei den bis 34-Jährigen

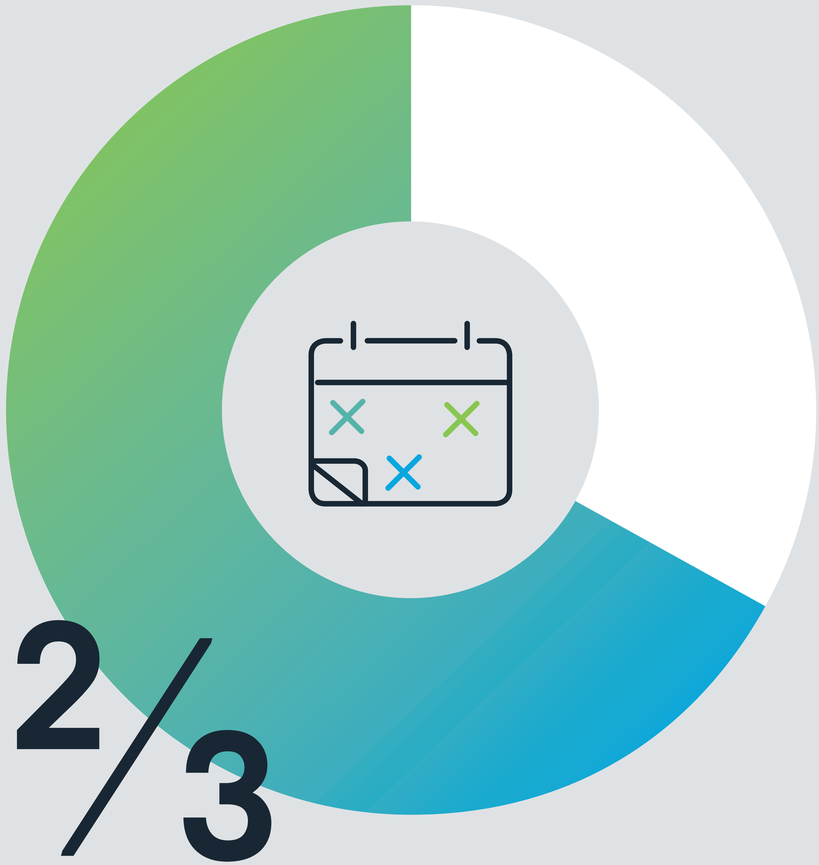
Newsletter für über 35-Jährige sehr ansprechend

App bei Gen Z und Millennials sehr beliebt

Flugblatt vor allem für Babyboomer interessant

4,4

Kundenbindungs-
Lösungen verwenden
Konsument:innen
durchschnittlich



2/3

davon werden
mind. 1x im Monat
verwendet

Physische vs. digitale Programme

Knapp

80%

verwenden digitale Kundenbindungs-Lösungen

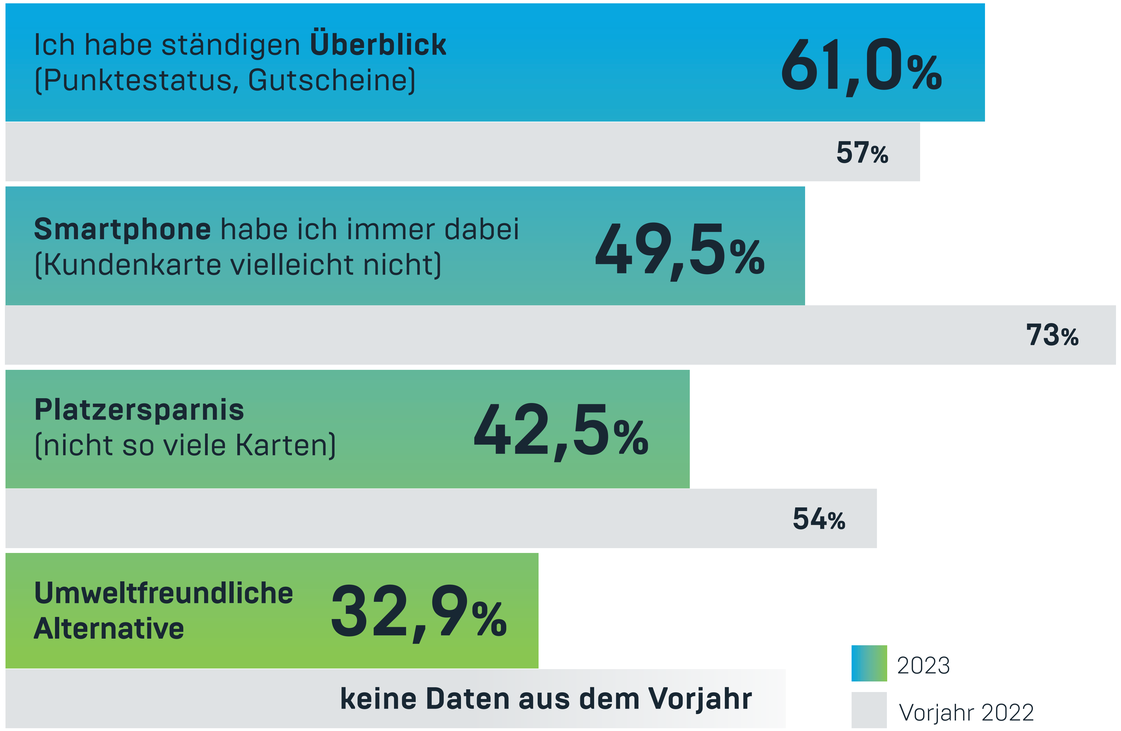
Nutzer:innen von digitalen Programmen nutzen **mehrere** Programme

ALTERS-VERGLEICH

Auch bei den über **55-Jährigen** verwenden bereits **65% eine digitale Lösung**

Vorteile von digitalen Programmen

Im Vorjahr war noch im Vordergrund, dass man das Smartphone immer dabei hat – heuer ist die **Funktionalität** wichtiger



65,1%
würden umsteigen, wenn es eine **digitale Alternative** gäbe

Physische Karten
verwenden die meisten, weil **...**

... sie lieber **„etwas in der Hand haben“** (45,9 %) oder

... es **keine digitale Alternative** gibt (25,1 %)

Bedenken wegen Datenschutz
9,9 %

Beliebte Branchen
für Kundenbindung

Top 10 Branchen, in denen Kundenbindungs-Lösungen genutzt werden

2. PLATZ

Bekleidung

1. PLATZ

Täglicher Bedarf
(z. B. Lebensmittel, Drogerie)

3. PLATZ

Möbelhandel
Einkaufszentren & Städte
Gesundheit

Platz			
4.	**Bau- & Gartenbedarf**	**Gesundheit**	**Möbelhandel**
5.	**Sporthandel**	**Dienstleistung**	**Tourismus & Gastronomie**
6.	Gesundheit (z. B. Apotheke)	Möbelhandel	Einkaufszentren & Städte
7.	Unterhaltung (z. B. Kino)	Bau- & Gartenbedarf	Transport
8.	Dienstleistung (z. B. Friseur, Massage)	Tourismus & Gastronomie	Dienstleistung
9.	Tourismus & Gastronomie	Transport (z. B. Flüge, Mietwagen)	Bau- & Gartenbedarf
10.	Einkaufszentren & Städte	Freizeit (z. B. Fitnesscenter, Vereine)	Sporthandel

Top 5 der attraktivsten Branchen für Kundenbindung

IN ALLEN LÄNDERN

1. **Täglicher Bedarf**
2. **Bekleidung**
3. **Einkaufszentren & Städte**
4. **Dienstleistung**
5. **Gesundheit**

Viel Potential bei Einkaufszentren & Städten

Hohe Attraktivität jedoch wenig Nutzung

Attraktivität: Platz 3
Nutzung: Platz 6

Ebenso viele Chancen für Dienstleistung

Attraktivität: Platz 4
Nutzung: Platz 7

Vorzeige-Beispiel: Möbelhandel

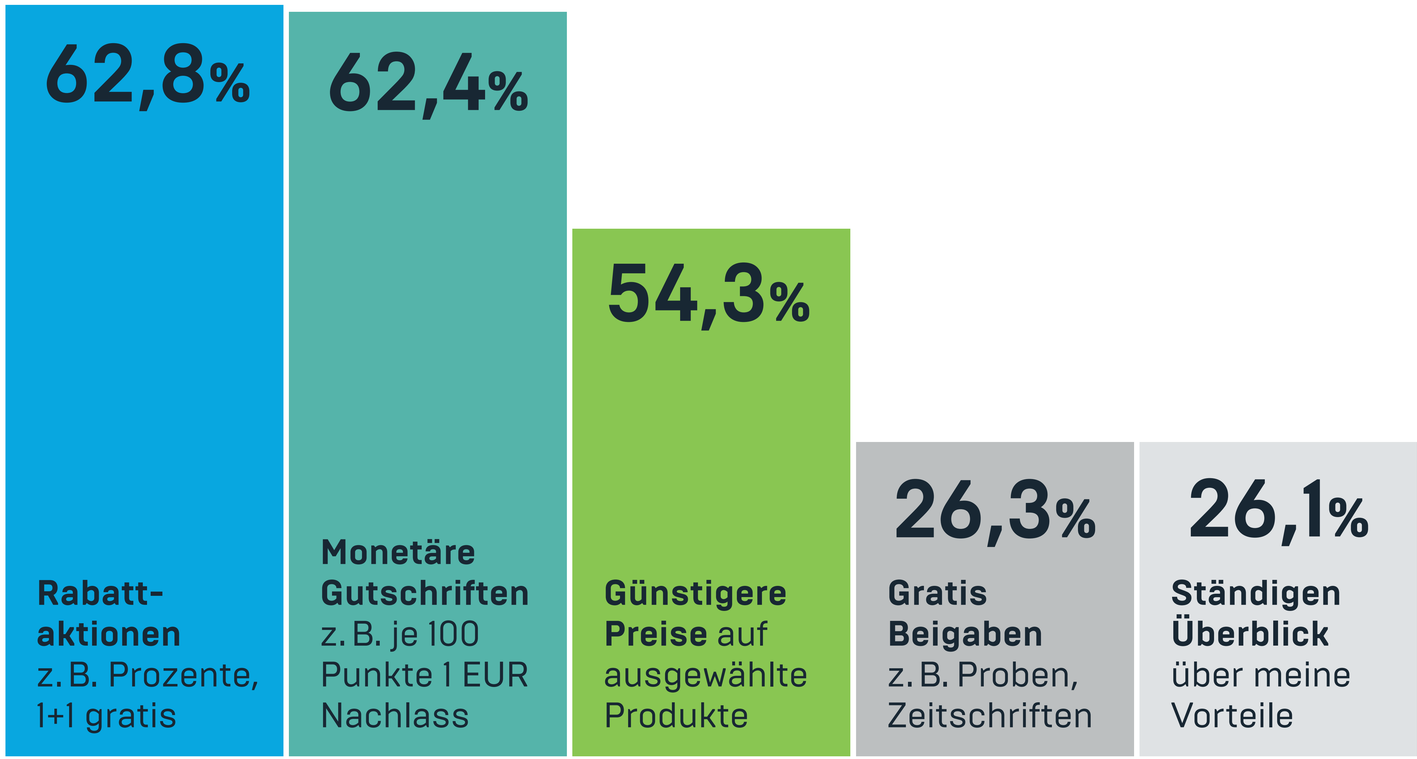
Obwohl für nicht sehr attraktiv eingestuft (Platz 10), bei der Nutzung im Schnitt auf Platz 4

Beliebte Funktionen & Belohnungen

Kund:innen möchten ...

1. Vorteile erhalten
2. Treuepunkte sammeln & einlösen
3. eine einfach zu bedienende Lösung

TOP 5 der gewünschten Vorteile und Prämien



Wofür Kund:innen belohnt werden möchten

74,1%	**Einkäufe**
33,8%	**Besuch der Filiale**
29,3%	**Bewertung des Kauferlebnisses**
22,7%	**Öffentliche Produktbewertungen** (z. B. Google, Produktrezensionen, booking.com)
22,3%	**Teilnahme an Spielen und Challenges** (Gamification)
20,9%	**Weiterempfehlungen**

Die **Interaktion auf Social Media** wird als **weniger attraktiv** eingestuft

(im großen Abstand auf Platz 7 & 8)

LÄNDER-VERGLEICH

Gamification & Belohnungen für Weiterempfehlungen vor allem für Deutschland interessant

„

Kundenbindung birgt für Unternehmen ein bedeutendes **Potenzial.** Besonders in **unsicheren Zeiten,** in denen Kund:innen bewusster einkaufen.

Franz Tretter
Gründer und CEO hello again GmbH

Gesprächspartner

Franz Tretter

Gründer und CEO
hello again GmbH

Dagmar T. Jenni

Direktorin
Swiss Retail Federation

Martin Groß-Albenhausen

stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

Rainer Will

Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

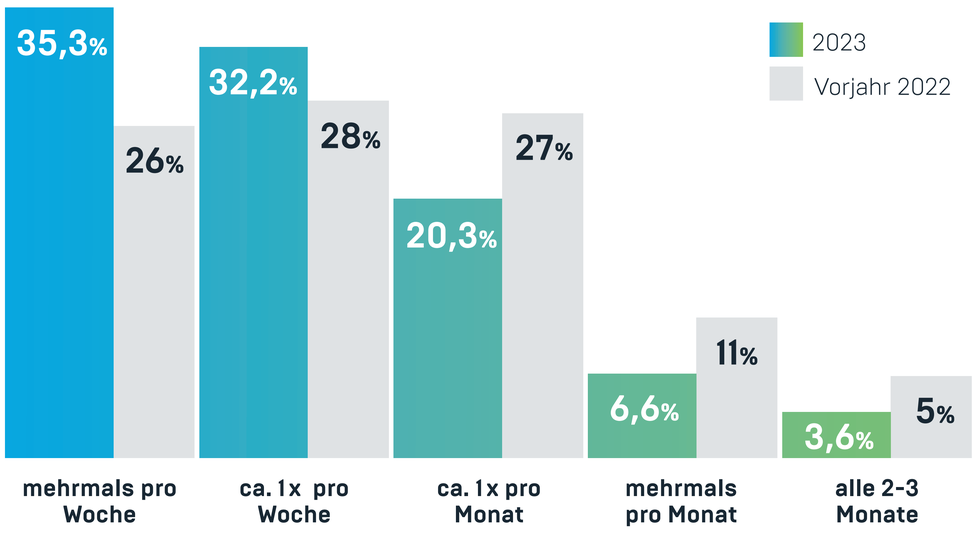
LÄNDER-VERGLEICH

Top User:innen sind in der Schweiz. ¾ verwenden eine Kundenbindungs-Lösung mindestens **1x pro Woche**

Auch in **Deutschland und Österreich verwenden ~60%** eine Kundenbindungs-Lösung mindestens **1x pro Woche**

Häufigkeit der Nutzung ...

... von Kundenbindungs-Programmen



LÄNDER-VERGLEICH

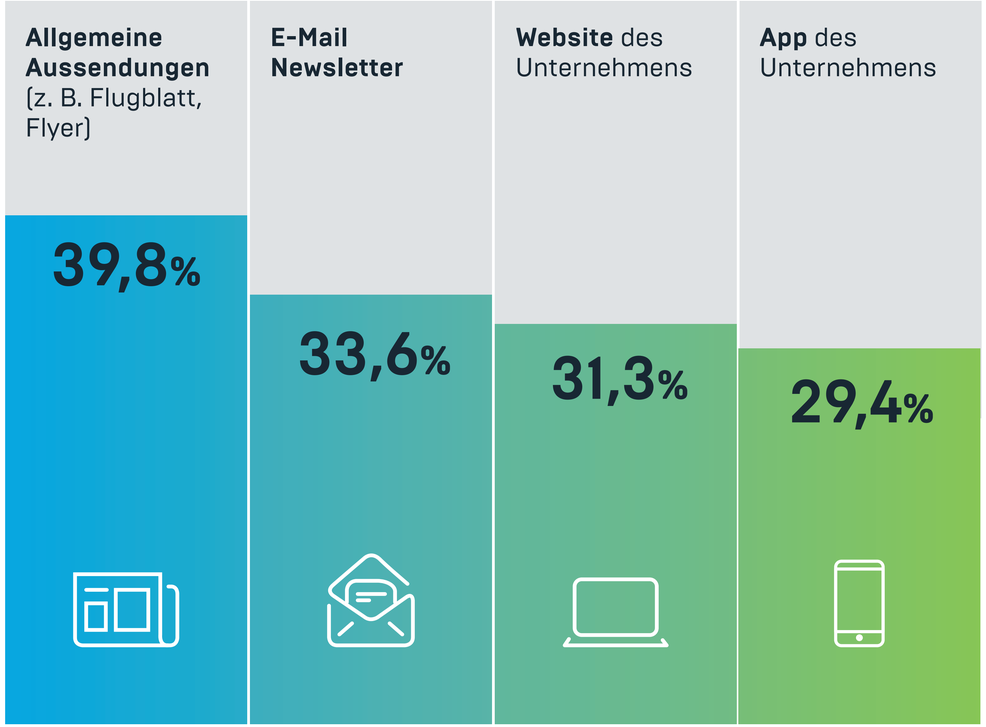
Über digitale Kanäle informiert zu werden wünscht sich am meisten die Schweiz (40 % = das Doppelte von Österreich)

Das Flugblatt ist für Österreich am interessantesten (52,7 %)

Der Newsletter ist für Deutschland am interessantesten (29,3 %)

Attraktive Informationsquellen für ...

... bestehende Kund:innen



„

Der Report hat uns wieder einmal bestätigt: **Loyalty-Programme** müssen **digital** gefahren werden. Der Auftritt über **App & Web ist essentiell.**

Dagmar T. Jenni
Direktorin
Swiss Retail Federation

Gesprächspartner

Franz Tretter

Gründer und CEO
hello again GmbH

Dagmar T. Jenni

Direktorin
Swiss Retail Federation

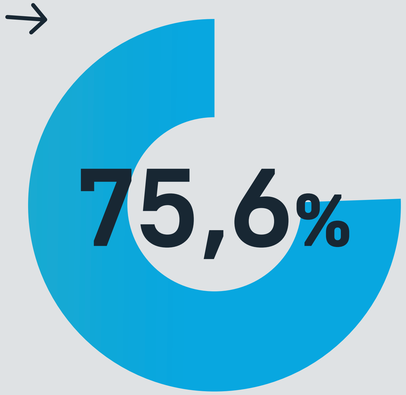
Martin Groß-Albenhausen

stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

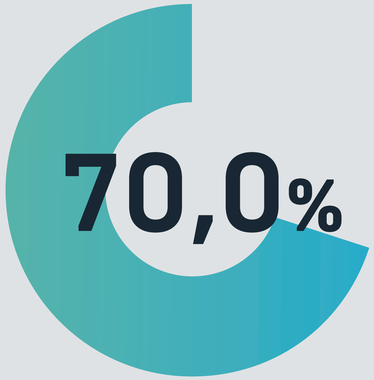
Rainer Will

Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

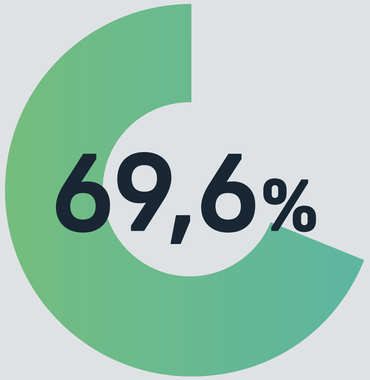
Konsument:innen bewerten digitale Services als ...



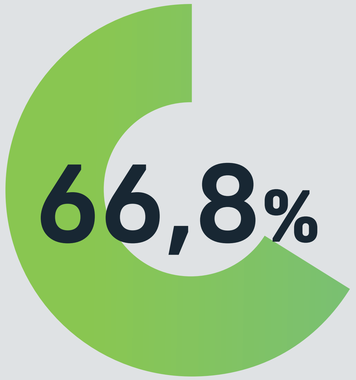
Zeitgemäß



Nützlich



Praktisch



Zeitersparend

Digitale Services werden bereits vorausgesetzt

81,9%

finden **Online Shop, Online Reservierung** und **Termin Buchung** (sehr) attraktiv

60,9%

Für sind **digitale Kundenbindungs-Lösungen** (auch in Form einer App) nicht mehr wegzudenken

38,6%

Für stärken **digitale Services** die Bindung zum Unternehmen

ALTERS-VERGLEICH

Die jüngere Generation bewertet die digitalen Services tendenziell attraktiver

Jedoch auch **65,9 % der Babyboomer** stufen einen Onlineshop als (sehr) attraktiv ein

„

In der Regel investiert der Handel während einer Krise zurückhaltend in **digitale Services.** Allerdings widerspricht dieses Verhalten den **Wünschen der Konsument:innen.**

Martin Groß-Albenhausen
Stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

Gesprächspartner

Franz Tretter

Gründer und CEO
hello again GmbH

Dagmar T. Jenni

Direktorin
Swiss Retail Federation

Martin Groß-Albenhausen

stv. Hauptgeschäftsführer
Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V.

Rainer Will

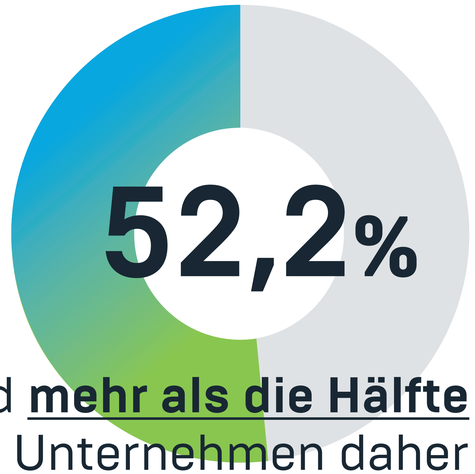
Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

Nachhaltigkeit

1/5

wünscht sich
eine **digitale**
Rechnungsablage

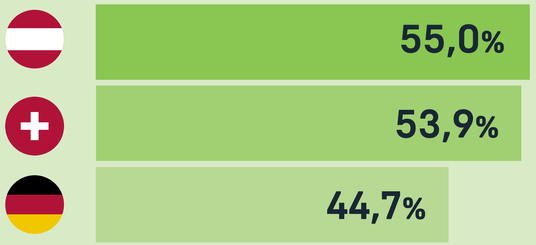
der Konsument:innen
interessieren sich für
Green Loyalty ...



... und **mehr als die Hälfte**
würde ein Unternehmen daher
bevorzugt besuchen

**LÄNDER-
VERGLEICH**

In Österreich ist Nachhaltigkeit
am wichtigsten.



25,4%

nutzen seit der Krise
Kundenbindungs
Programme öfter

"

Die hohe **Inflation** hat zu einem **Boom bei den Kundenbindungs-Programmen** geführt.

Eines zeigt die Studie ganz klar:
Treue zahlt sich aus, für beide Seiten.

Rainer Will
Geschäftsführer
Österreichischer Handelsverband

DACH Loyalty Report 2023

SUMMARY

+3,5% zum Vorjahr

95,5%
nutzen Kunden-bindungs-Lösungen

Die Top User:innen sind in der Schweiz

25,4%
nutzen seit der Teuerungs-krise **häufiger** ein Kunden-bindungs-Programm

+3,3% zum Vorjahr

Bereits
78,3%
nutzen digitale Medien

Auch Babyboomer finden Onlineshops sehr attraktiv

28,4%
mehr
geben Kund:innen mit Kundenbindungs-Programmen aus

+16% zum Vorjahr

65,0%
möchten mind.
1x pro Woche
informiert werden

Deutschland will am häufigsten Infos

1/5
wünscht sich eine digitale Rechnungsablage und
mehr als die Hälfte
würde ein Unternehmen mit Green Loyalty bevorzugen

Nachhaltigkeitstrend vor allem in Österreich

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Weitere Fragen gerne an presse@helloagain.at