

OBST UND GEMÜSE

acardo

Coupon Report 2022

Dortmund, 14. August 2023



Zusammenfassung

Coupon Markt 2022

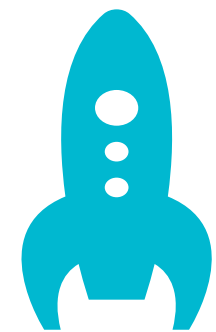
- Aufgrund der wirtschaftlich schwierigen Zeit sind **Endkunden extrem preissensibel, Coupons daher besonders beliebt.**
- Durch Industrie- und Handelsaktionen haben **Endkunden im Gesamtjahr ca. 195 Mio. € gespart.**
- In Summe sind die **Einlösungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel um ca. 39% gestiegen**, im Einzelnen:
 - **Hersteller** hatten im Jahr 2022 teilweise mit **Produktions- und Lieferschwierigkeiten** zu kämpfen, so dass Aktionen nicht durchgeführt werden konnten. Dies erklärt den Rückgang bei Einlösungen (-25%).
 - **Händler haben Couponing Aktivität stark gesteigert** (Einlösungen +70%!), um ein Abwandern der Endkunden zum Discount zu verhindern.
- Über 260 Hersteller haben Coupon Aktionen durchgeführt (+8%).
- **Digitale Medien (z.B. Händler Apps) erneut stark gewachsen (+10%).** Trend zu mehr Targeting und kürzeren Coupon Laufzeiten.
- Einführung des elektronischen Coupon Clearings in Apotheken führt zu mehr Aktionen im angrenzenden OTC-Bereich.

**195 Mio. €* haben
Konsumenten im
Jahr 2022 gespart!**

* Hochrechnung der beiden in Deutschland tätigen Clearinghäuser.

Handel

Kennzahlen 2022 für Aktionen des Handels



Der Handel verzeichnet im Vergleich zum Vorjahr einen **Anstieg von 70%** bei den Coupon Einlösungen.



Der **durchschnittliche Rabattwert** (Face Value) lag 2022 bei 1,26 € und ist im Vergleich zum Vorjahr (1,72 €) um **27% gesunken**.



Die Rabatte, die der Handel den Konsumenten gewährte, **stiegen im Jahr 2022 um 24% an**.



Die Anzahl der Händler-Aktionen ist im Jahr 2022 um **8,5% ggü. dem Vorjahr angestiegen**.

Konsumgüterindustrie

Kennzahlen 2022 für Aktionen des Handels



Die **Coupon-Einlösungen** der Konsumgüterhersteller **sanken um 25% im** Vergleich zum Vorjahr. Ursächlich hierfür waren teilweise Produktions- und Lieferschwierigkeiten.



Die **den Konsumenten gewährten Rabatte sanken** im Vergleich zum Vorjahr um **18%**.



Der **durchschnittliche Rabattwert** (Face Value) lag 2022 bei 1,33 € und ist im Vergleich zum Vorjahr (1,21 €) um **10% gestiegen**.



Im Jahr 2022 haben 260 Konsumgüterhersteller **Coupon-Aktionen** durchgeführt (+8%), die Anzahl an durchgeführten Aktionen **sank** dabei **um 19%**.

Durchschnittliche Face Values nach Warengruppe*:

* Nur Industriearktionen.

Durchschnittliche Face Values

nach Warengruppe (1)

Warengruppe	2021	2022	Veränderung zum Vorjahr
Babyprodukte	3,93 €	3,21 €	-18%
Backzutaten / Gewürze	0,99 €	0,88 €	-11%
Brotaufstriche	0,86 €	1,00 €	16%
Fertiggerichte	0,91 €	1,03 €	13%
Fleisch / Wurstwaren	0,58 €	0,80 €	38%
Functional Food	0,74 €	1,00 €	35%
Getränke Bier- und Mischgetränke	1,11 €	1,60 €	44%
Getränke Spirituosen	2,23 €	2,26 €	1%
Getränke / Wein und Sekt	1 €	1,30 €	30%

Durchschnittliche Face Values

nach Warengruppe (2)

Warengruppe	2021	2022	Veränderung zum Vorjahr
Getränke - Fruchtsäfte	0,78 €	0,94 €	20%
Getränke - Softdrinks	1,21 €	1,17 €	-3%
Getränke - Wasser	0,74 €	1,50 €	103%
HPC	1,10 €	4,21 €	283%
HPC / Körperpflege	2,82 €	4,08 €	45%
HPC / WPR	2,37 €	1,95 €	-18%
MoPro / gelbe Linie	0,56 €	0,85 €	52%
Mo Pro / weiße Linie	0,53 €	0,57 €	8%
Nahrungsmittel	1,24 €	1,03 €	-17%

Durchschnittliche Face Values

nach Warengruppe (3)

Warengruppe	2021	2022	Veränderung zum Vorjahr
Obst / Gemüse / Salate	1,63 €	1,28 €	-22%
Salzgebäck / Snacks	0,84 €	0,83 €	-2%
Saucen / Senf / Ketchup / Öle	0,93 €	0,76 €	-19%
Süßwaren	0,88 €	0,99 €	13%
Tee / Kaffee / Kakao	1,77 €	1,53 €	-14%
Tiernahrung	1,68 €	1,30 €	-23%
Tiernahrung / Hundefutter	0,43 €	0,83 €	94%
Tiernahrung / Katzenfutter	1,43 €	1,32 €	-8%
TKK	1,04 €	1,15 €	10%

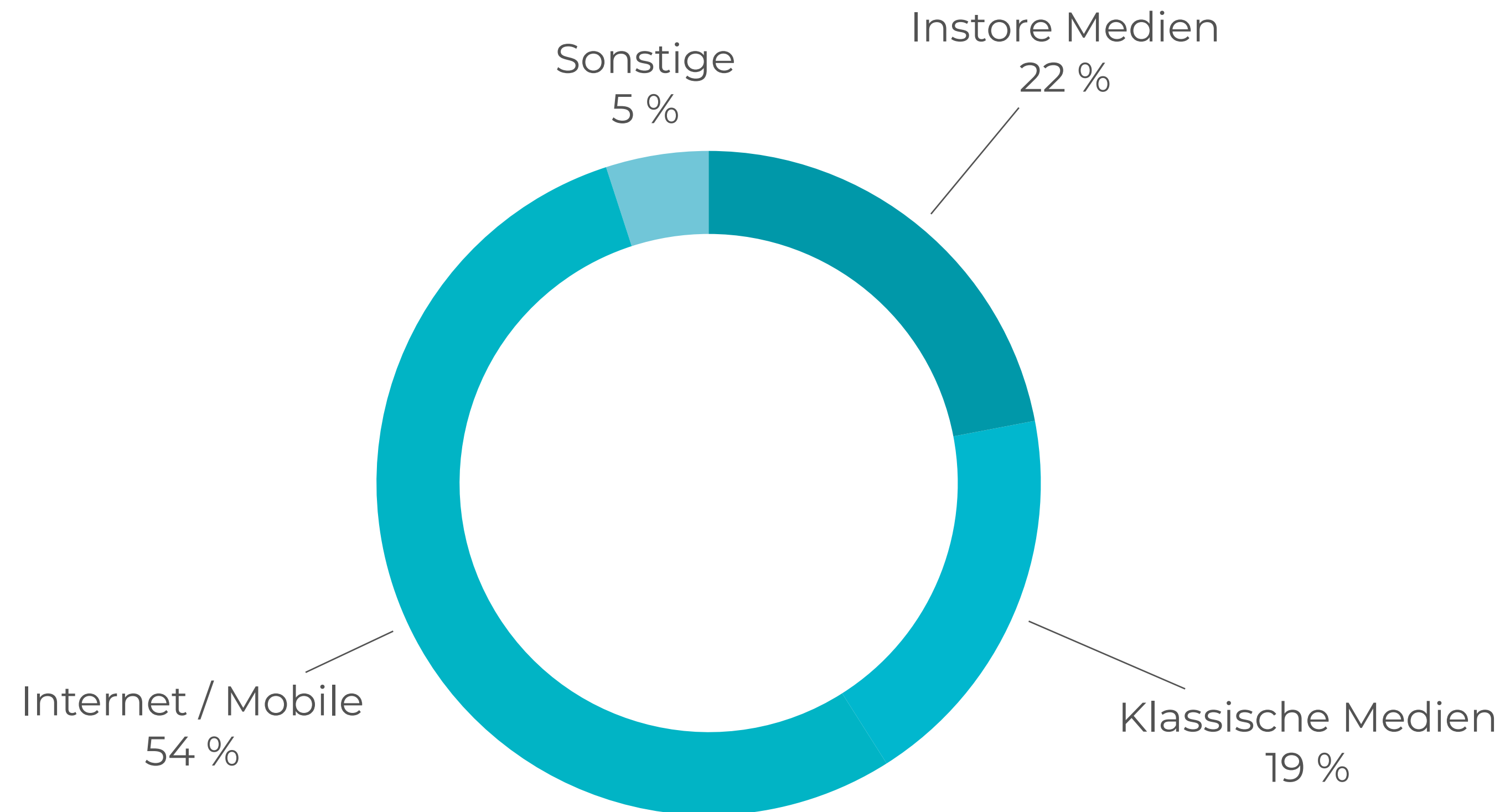


Anzahl Aktionen nach Medium*:

* Nur Industrieaktionen.

Aktionen Konsumgüterhersteller

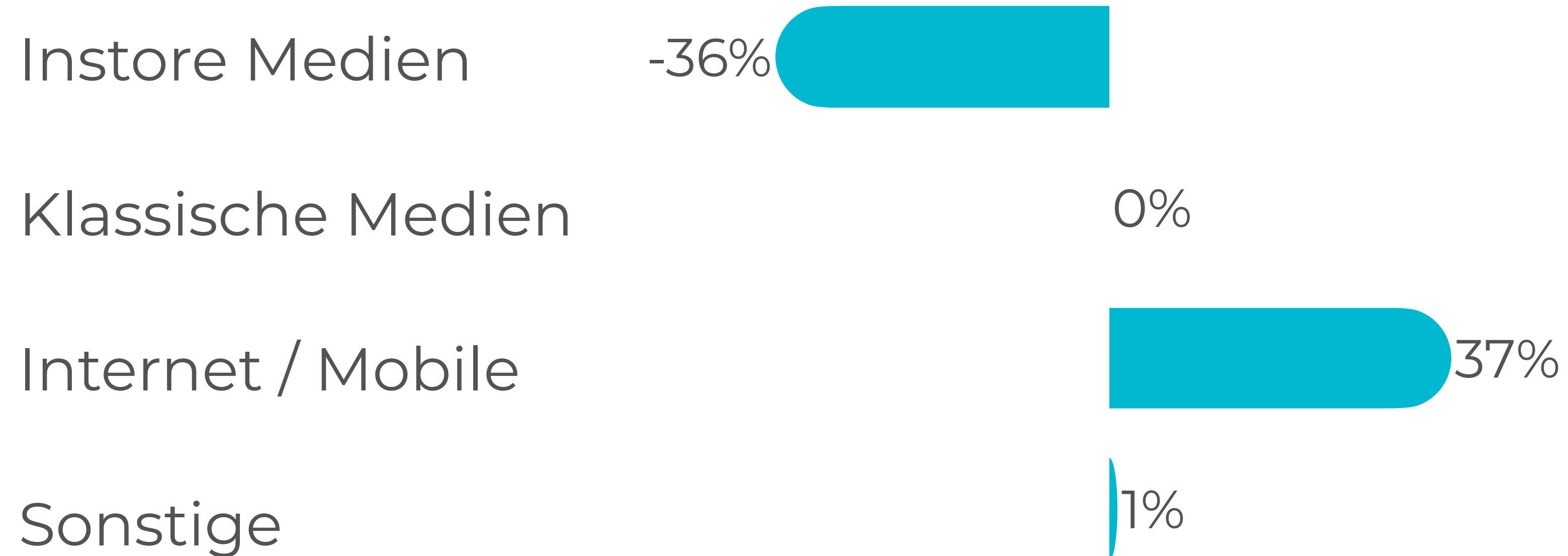
nach Medium



Internet / Mobile ist nun das mit Abstand wichtigste Medium für Hersteller.

Aktionen Konsumgüterhersteller

nach Medium im Vergleich zum Vorjahr



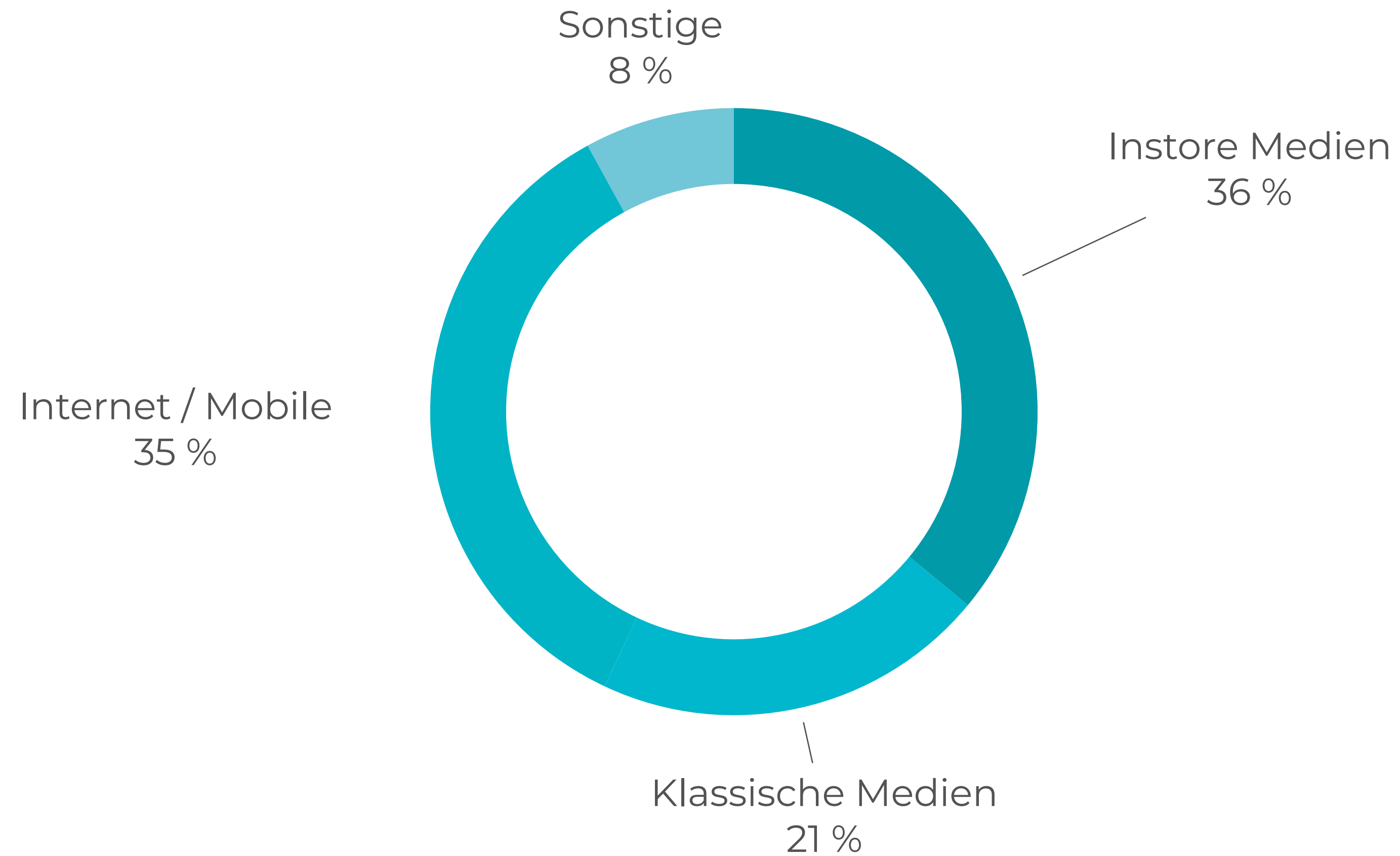
Die Konsumgüterhersteller haben in 2022 den Anteil der Coupon-Aktionen am Gesamtmarkt über die Medien Internet / Mobile um 37 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr gesteigert.

Coupon Einlösungen nach Medium:



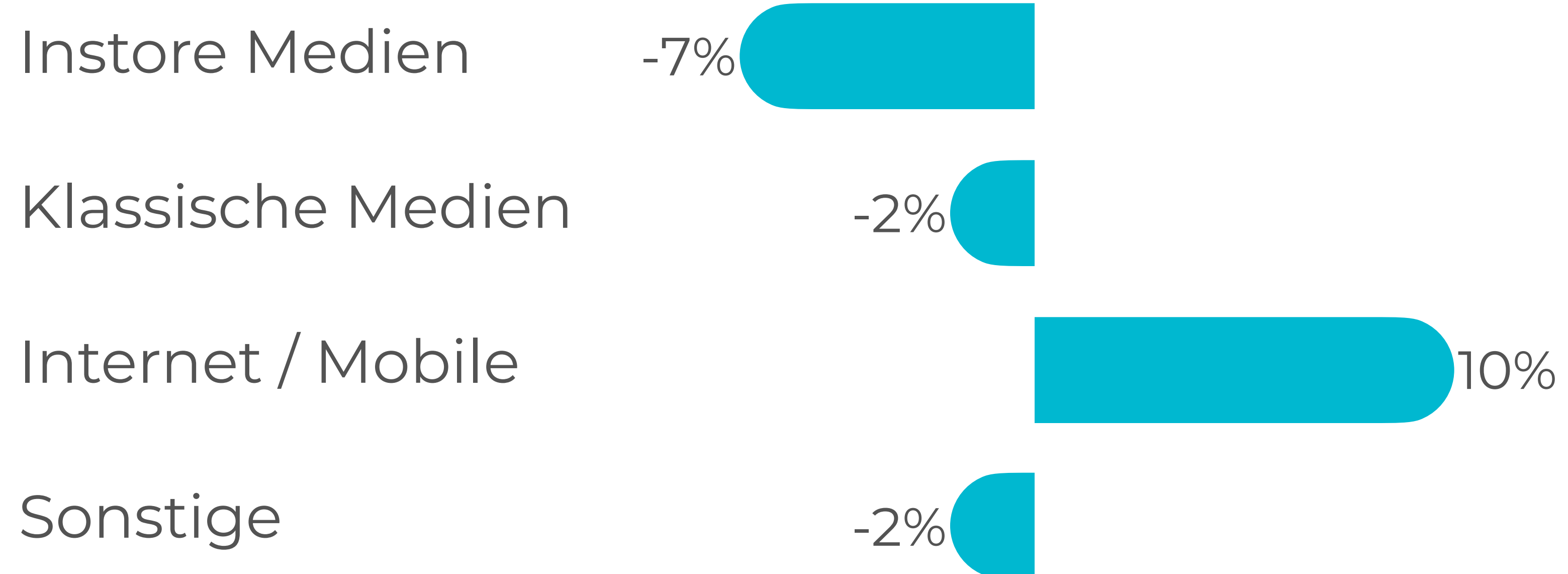
Coupon-Einlösungen

Konsumgüterhersteller nach Medium



Coupon-Einlösungen Konsumgüterhersteller

nach Medium



Auch bei den Einlösungen konnte die Kategorie Internet / Mobile an Relevanz gewinnen.

A woman with blonde hair, wearing a white top and a coral-colored blazer, is walking towards the camera in a pharmacy. She is holding two white shopping bags. In the background, a male pharmacist in a white lab coat stands behind a curved counter with a computer monitor. The shelves behind them are filled with various pharmaceutical products.

Anhang: Couponing für OTC-Produkte in Apotheken

Anhang

OTC-Couponing in Apotheken

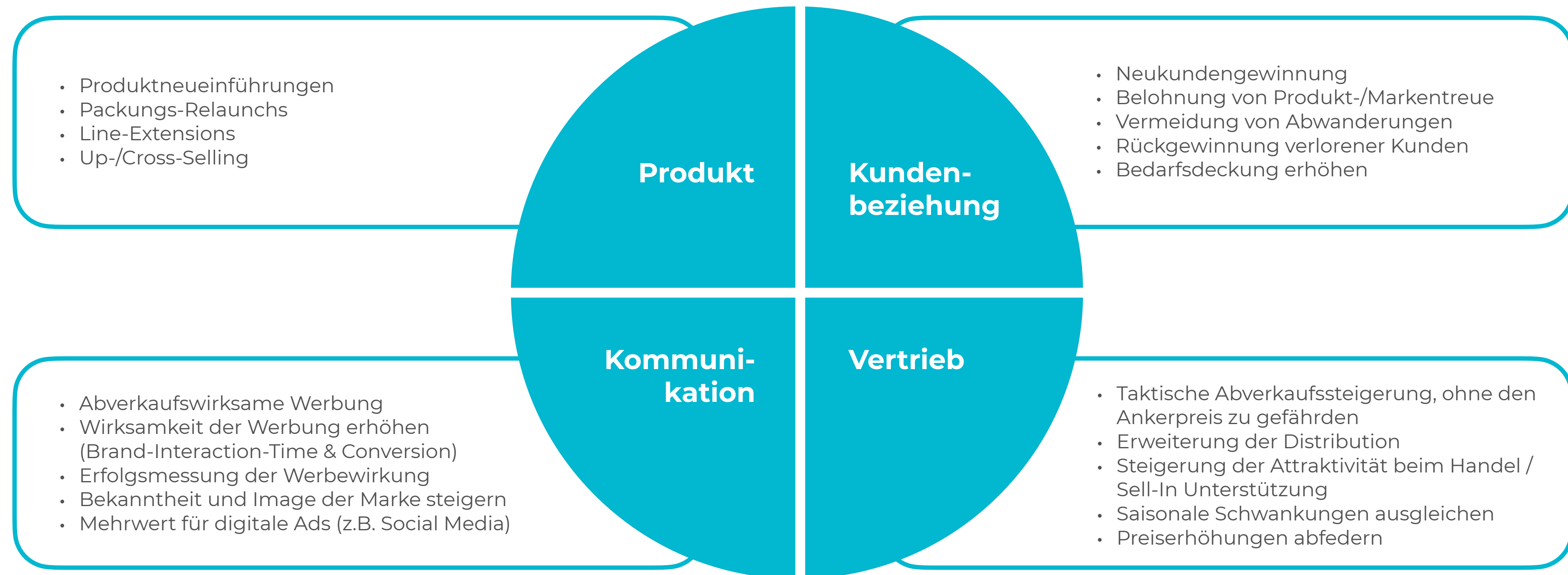
- Couponing nimmt auch im Pharma-/OTC-Bereich weiter Fahrt auf.
- Auch für den OTC-Bereich punktet Couponing mit Vorteilen, wie z.B. zielgerichtete Verteilung der Coupons, keine Rabatte per Gießkanne, Messbarkeit.
- Die Coupon Einlösungen erreichen siebenstellige Anzahl.
- Die wichtigsten Anbieter von Warenwirtschafts-/Kassensystemen für Apotheken unterstützen Couponing bereits bzw. stehen kurz vor dem Rollout der Lösung.
- Die moderne technische Infrastruktur ermöglicht flächendeckenden Einsatz des Coupon Clearings, aber auch die Coupon Verteilung an der Kasse (Check-out Couponing), die direkte Einlösung der Coupons vom Handy sowie die Umsetzung von Loyalty Funktionen.



Anhang: Ansatzpunkte für Couponing

Anhang

Ansatzpunkte für Couponing



OBST UND GEMÜSE

acardo

WE ACTIVATE
YOUR SHOPPERS

WE ARE
READY!
ARE YOU
TOO?

info@acardo.com

+49 231 584497 - 0

MADE WITH ♥ IN DORTMUND