

## Coupons auf Wachstumskurs – digital ist Treiber: Der “acardo Report 2021“ gibt neue Einblicke in den Coupon-Markt in Deutschland

**Dortmund, im April 2022 | Bereits im Jahr 2020 wurde deutlich<sup>1</sup>: Das digitale Couponing erlebt seinen Durchbruch. Und auch in diesem Jahr erfährt das Couponing einen kräftigen Aufwärtsschwung. Der Coupon-Markt in Deutschland ist im Jahr 2021, gemessen an den gewährten Rabatten, um sechs Prozent gewachsen.**

Diese Entwicklung lässt sich einerseits darauf zurückführen, dass **gezieltes Sparen beim Einkaufen hoch im Kurs** ist: Im Jahr 2021 betrug der gesamte Rabattwert **190 Millionen** Euro (2020: 170 Millionen Euro) und Konsumenten haben mithilfe von Coupons 12 Prozent mehr eingespart als jemals zuvor.

Andererseits haben der Handel und die Konsumgüterindustrie ihre Couponing-Maßnahmen intensiviert – in Zahlen ausgedrückt bedeutet dies: Der Handel und die Konsumgüterhersteller verteilten im Jahr 2021 schätzungsweise **23 Milliarden Coupons im Markt<sup>2</sup>** (+ 5 Prozent im Vergleich zu 22 Milliarden in 2020) – dazu zählen 235 Konsumgüterhersteller (+ 14 Prozent; 207 in 2020), darunter alle Top 20 Markenartikelhersteller mit insgesamt 776 Marken (+ 6 Prozent; 729 in 2020).

Ein weiterer wesentlicher Treiber für das Wachstum im Couponing ist auf den „digitalen Bereich“ zurückzuführen: So sind **Einlösungen aus Online- und Mobile-Medien mit 148 Prozent am stärksten gestiegen** – und haben sich mehr als verdoppelt.

Diese und weitere Ergebnisse präsentiert der “acardo Report 2021: Der Coupon-Markt in Deutschland” – eine fundierte Erhebung eines national führenden Anbieters für Shopper Activation aus Dortmund, die seit dem Jahr 2008 jährlich durchgeführt wird und wertvolle Zahlen und Fakten zum Coupon-Markt in Deutschland liefert. **Werfen wir nachfolgend einen Blick in weitere Details**, die besonders für den B2B-Bereich spannende Erkenntnisse bieten:

### **Welche Medien führen zu den meisten Coupon-Einlösungen?**

Wie auch in den Vorjahren finden wir die Instore-Medien an erster Stelle: **58 Prozent der Coupon-Aktionen wurden im Geschäft angeboten**, wenn auch mit einem merkbaren Abwärtstrend von sieben

---

<sup>1</sup> Siehe Ergebnisse zum “acardo Report 2020: Der Coupon-Markt in Deutschland” | [www.acardo.com/presse](http://www.acardo.com/presse)

<sup>2</sup> Die klassischen Medien und davon insbesondere die Handzettel der Handelsunternehmen, sind für einen Großteil der verteilten Coupons verantwortlich. Die Einlösungen bei den klassischen Medien sind im Jahr 2021 um 18 Prozent gestiegen, daher schätzt acardo den Gesamtmarkt auf 23 Milliarden verteilte Coupons. Dies entspricht einer Steigerung von fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr (22 Milliarden in 2020).

Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2020: 62 Prozent). Auch der Anteil der Coupon-Einlösungen (42 Prozent), die von Instore-Medien stammen, ist mit vier Prozent im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Die absoluten Coupon-Einlösungen aus Instore-Medien sind im Vergleich zum Vorjahr um 25% gestiegen.

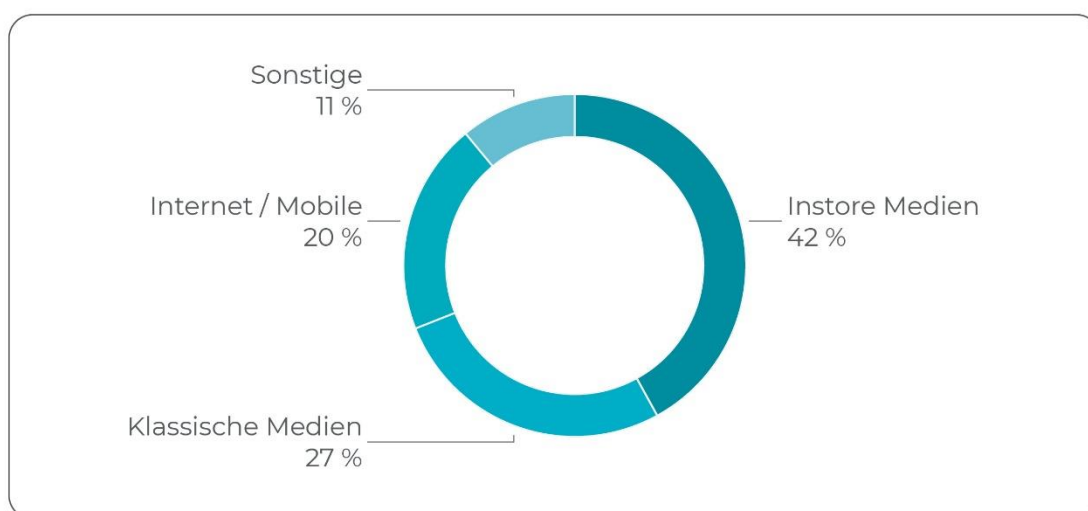
**Die klassischen Medien verteidigen ihren zweiten Platz** in der Rangliste, dazu zählen 19 Prozent der Industrieaktionen – das macht sieben Prozent mehr als im Vorjahr aus (2020: 18 Prozent). Jedoch sank der Anteil der Einlösungen am Gesamtmarkt gegenüber dem Vorjahr (2021: 27 Prozent | 2020: 30 Prozent). Die absoluten Einlösungen aus klassischen Medien sind gegenüber dem Vorjahr um 18 Prozent gestiegen.

**Mit der höchsten Zuwachsrates positionieren sich digitale Coupons auf dem dritten Platz in der Kategorie „Internet“:** Die Anzahl an Coupon-Aktionen in digitalen Medien hat im Vergleich zum Vorjahr um 20 Prozent nachgelegt (2020: 15 Prozent | 2021: 17 Prozent). Und auch seitens der Konsumenten werden digitale Coupons mehr als doppelt so häufig eingelöst als im Vorjahr (148 Prozent).

Die **Kategorie „Sonstige Medien“ an vierter Stelle** verzeichnet mit sechs Prozent eine leichte Zunahme an Coupon-Aktionen, jedoch den stärksten Abwärtstrend (-32 Prozent) hinsichtlich der Couponeinlösungen am Gesamtmarkt.

## COUPON-EINLÖSUNGEN

### KONSUMGÜTERHERSTELLER NACH MEDIUM



Quelle: 

Abbildung 1: Coupon-Einlösungen nach Medium im Jahr 2021 (FMCG) | Credit: acardo group AG

### Wie hoch ist der Face Value im Handel und in der FMCG-Branche?

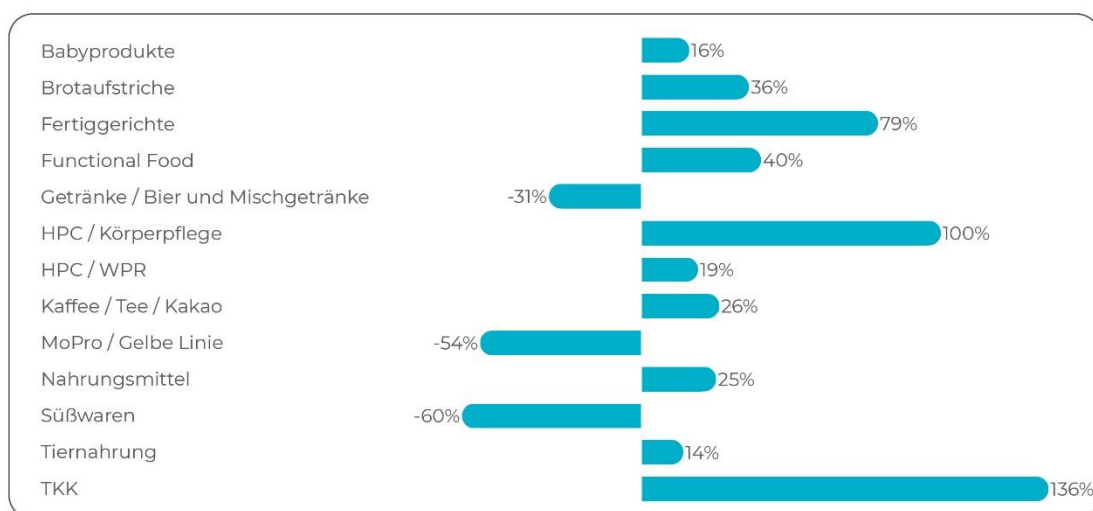
Mit Blick auf den Face Value haben sich im Jahr 2021 ein paar Verschiebungen ergeben, so erhöhte der Handel den durchschnittlichen Rabattwert, innerhalb der FMCG-Branche ist eine Minderung festzustellen – Details dazu liefert der Blick in die Zahlen: **Der durchschnittliche Rabatt bei Handelsaktionen beträgt 1,73 Euro** im Jahr 2021 (2020: 1,55 Euro). **Etwas niedriger fällt der Face Value im Konsumgüterbereich aus, der sich auf 1,59 Euro beläuft** und damit deutlich unter dem Vorjahreswert (2020: 1,96 Euro) liegt.

### Welche Warengruppen sind besonders beliebt für Coupon-Aktionen?

Mit Blick auf die seit dem Jahr 2018 untersuchten Warengruppen der FMCG-Branche lässt sich im Jahr 2021 besonders in den Kategorien „TKK“ (+136 Prozent), „HPC Körperpflege“ (+100 Prozent), „Fertiggerichte“ (+79 Prozent) und „Functional Food“ (+40 Prozent) eine **signifikante Zunahme der Coupon-Aktionen** im Vergleich zum Vorjahr feststellen.

**Die höchsten Rückgänge bei der Anzahl der Coupon-Aktionen** verzeichnen die Warengruppen „Süßwaren“ (-60 Prozent), MoPro / gelbe Linie“ (-54 Prozent), und „Getränke / Bier und Mischgetränke“ mit -31 Prozent.

## ANZAHL AKTIONEN DER KONSUMGÜTERHERSTELLER NACH WARENGRUPPE



Quelle: **acardo**

Abbildung 2: Anzahl der Coupon-Aktionen nach Warengruppe 2020-2021 (FMCG) | Credit: acardo group AG

## Welche Unterschiede gibt es bei Rabattwerten (Face Value) pro Warengruppe?

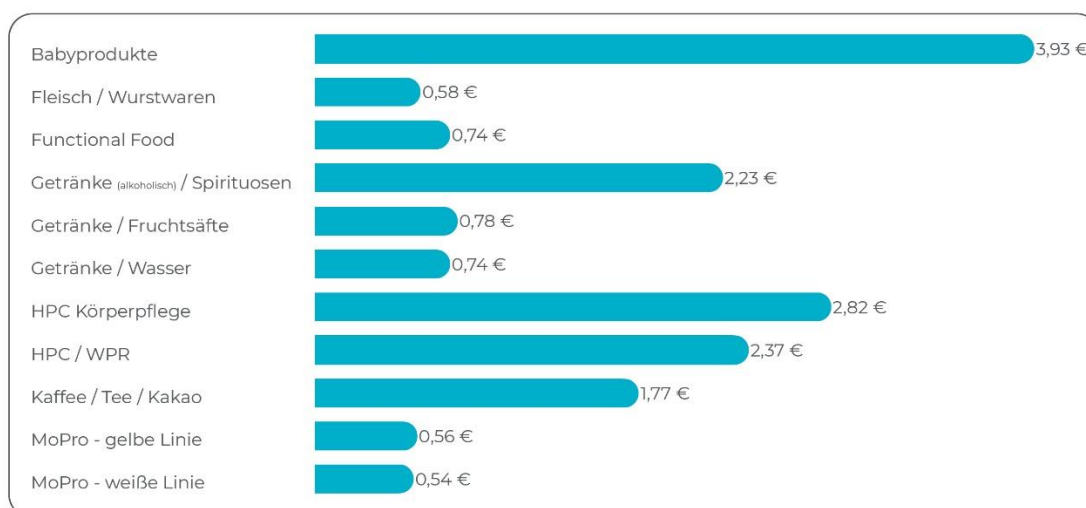
Zum vierten Mal hat acardo die **durchschnittlichen Coupon-Werte für 25 Warengruppen** der Konsumgüterhersteller ermittelt. Diese bewegten sich im Jahr 2021 in einem Spektrum **von 0,54 Euro für MoPro/weiße Linie“ bis zu 3,93 Euro für Babyprodukte.**

**Von den höchsten Rabatten profitierten die Konsumenten in den Top-5-Warengruppen** „Babyprodukte“ (2021: 3,93 Euro | 2020: 3,78 Euro), HPC / Körperpflege“ (2021: 2,82 Euro | 2020: 2,80 Euro) und „HPC / WPR“ (2,37 Euro in 2021 | 2020: 2,56 Euro), „Getränke (alkoholisch) / Spirituosen“ (2021: 2,23 Euro | 2020: 2,35 Euro), „Tee / Kaffee / Kakao“ (2021: 1,77 Euro | 2020: 1,59 Euro).

**Mit Blick auf die niedrigsten Rabattwerte** führen die Warengruppen „MoPro / weiße Linie“ (2021: 0,54 Euro | 2020: 0,91 Euro), „MoPro / gelbe Linie“ (2021: 0,56 Euro | 2020: 0,78 Euro), „Fleisch / Wurstwaren“ (2021: 0,58 Euro | 2020: 0,30 Euro), „Getränke / Wasser“ (2020: 1,31 Euro) und „Functional Food“ (2020: 0,72 Euro) zu jeweils 0,74 Euro sowie „Getränke / Fruchtsäfte“ (2021: 0,78 Euro | 2020: 0,75 Euro).

Auch im Jahr 2021 beträgt der **Face Value** über sämtliche Konsumgüter-Warengruppen hinweg **in der Regel 20 bis 30 Prozent des Produktpreises.**

## DURCHSCHNITTLICHE FACE VALUES NACH WARENGRUPPE



Quelle: **acardo**

Abbildung 3: Durchschnittliche Face Values nach Warengruppe in 2021 | Credit: acardo group AG

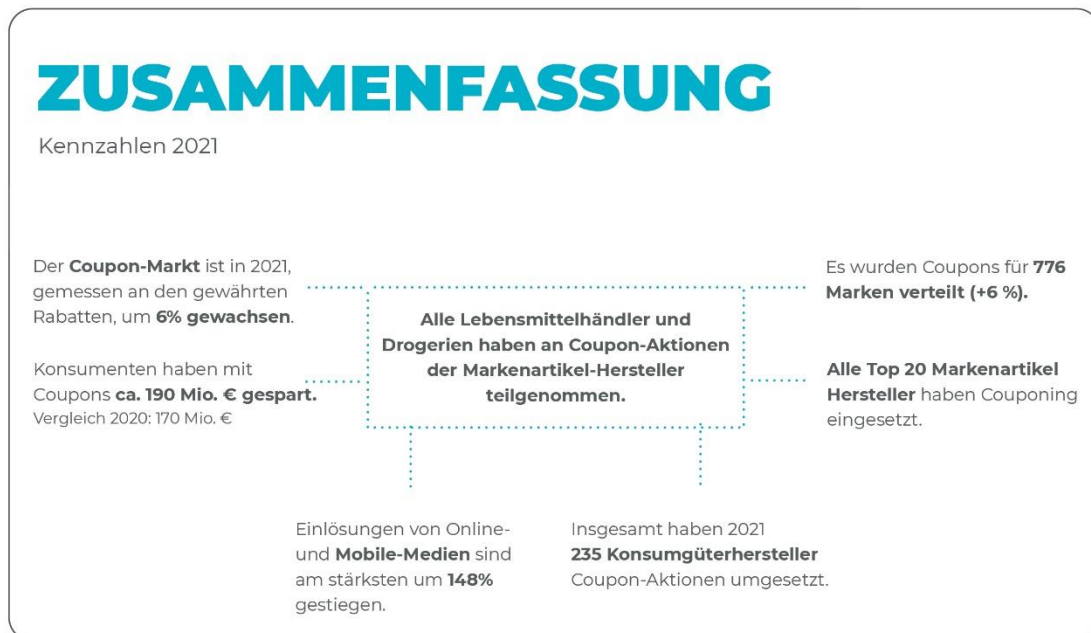
## ***Ausblick: Wo spielt die Zukunftsmusik im Coupon-Bereich? Es wird persönlich...***

Die Digitalisierung ist ein Treiber im Coupon-Markt und die Zahlen aus dem Jahr 2021 zeigen deutlich: **Digitales Couponing war noch nie so gefragt wie heute** – sowohl auf Seiten der Industrie und Markenhersteller, also auch auf Seiten der Coupon-Nutzer. Doch mit Blick auf die Zukunft: Wo liegen die vielversprechendsten Themen im Couponing?

„**Die Zukunft des Couponings ist digital und liegt in der Personalisierung.** In der Flut an Angeboten ist entscheidend, ob Marketing-Aktionen die Wünsche und die Vorlieben der einzelnen Konsumenten berücksichtigen. Durch die Digitalisierung der Angebote und die hohe Akzeptanz für digitale Aktionen haben wir bereits heute die Möglichkeit, die Kunden immer besser kennenzulernen und so ein smartes und mehrwertorientiertes Couponing weiter auszubauen. Und da spielt unserer Meinung nach die Zukunftsmusik für den Coupon-Markt.“, sagt **Christoph Thye**, Vorstand der acardo group ag. „In 2021 wurde nun auch bei den Apotheken die Voraussetzung für eine automatisierte Verrechnung von Coupons geschaffen – eine exzellente Ausgangsposition, um den Konsumenten auch dort digitale Angebote zu unterbreiten“, erläutert **Thye** weiter.

### ***Welche Vorteile bringt die Personalisierung in Zukunft?***

Mithilfe von eindeutig identifizierbaren Coupons lässt sich das Kaufverhalten eines einzelnen Konsumenten zugunsten eines zeitgemäßen Data Driven Marketings und im Rahmen von gezielten Kundenbindungsmaßnahmen nachverfolgen. Ebenso werden so Mehrfacheinlösungen verhindert, was wiederum die Bereitschaft erhöht, höhere Rabattwerte oder kostenlose Produktproben anzubieten. Ermöglicht wird dies durch die Nutzung des Standards „Global Coupon Number“ (GCN), der bereits beispielsweise von EDEKA flächendeckend eingesetzt wurde.



Quelle: **acardo**

Abbildung 4: Zusammenfassende Grafik zum acardo Report 2021 | Credit: acardo group AG

## Nützliche Hintergrundinformationen zum acardo Report 2021

- Pressemitteilung vom 27. Oktober 2022: **Weiblich, erwachsen und „tierlieb“: couponplatz liefert aufschlussreiche Daten zu Coupon-Nutzern in Deutschland** – [https://www.acardo.com/presse/weiblich\\_erwachsen\\_und\\_tierlieb\\_couponplatz\\_liefert\\_aufschlussreiche\\_daten\\_zu\\_couponnutzern\\_in\\_deutschland](https://www.acardo.com/presse/weiblich_erwachsen_und_tierlieb_couponplatz_liefert_aufschlussreiche_daten_zu_couponnutzern_in_deutschland)

Die Pressemitteilung samt Bildmaterial zur kostenfreien redaktionellen Verwendung stehen zusätzlich im acardo Pressebereich zum Download unter [www.acardo.com/presse](http://www.acardo.com/presse) zur Verfügung. Details zum Unternehmen sind abrufbar unter [www.acardo.com](http://www.acardo.com).

**Wünschen Sie ein Hintergrundgespräch zu den Erkenntnissen aus dem “acardo Report 2021: Der Coupon-Markt in Deutschland“ oder zu den Trends im Couponing?** Bitte wenden Sie sich für individuelle Anfragen und Rückfragen an den acardo Pressekontakt.

### Über den “acardo Report: Der Coupon-Markt in Deutschland“

Für den “acardo Report: Der Coupon-Markt in Deutschland“ erhebt die acardo group AG seit 2008 einmal im Jahr Zahlen, Daten und Fakten rund um die von Herstellern und Händlern in der Konsumgüterbranche durchgeführten Verkaufsförderungsaktionen mit Coupons. Die Informationen stammen aus dem Clearing-System des Unternehmens, das als eines der beiden führenden Clearing-Häuser im deutschen Markt die Rabatte der eingelösten Coupons zwischen Herstellern und Händlern verrechnet. Mit einem umfassenden Marktüberblick über alle Coupon-Aktionen im Konsumgüterbereich und auf Basis der eigenen Marktposition bildet die acardo group per Hochrechnung den gesamten Coupon-Markt in diesem Sektor ab und liefert wichtige Einblicke und zentrale Marktkennzahlen wie den Gesamtwert an ausgezahlten Rabatten, die Anzahl der verteilten Coupons, die Entwicklung der Coupon-Medien etc.

### Über acardo group ag

acardo ist einer der führenden Anbieter für Consumer Activation in Deutschland. Seit mehr als 20 Jahren entwickelt acardo innovative MarTech-Lösungen und Verkaufsförderungskonzepte für die Branchen Lebensmittelhandel, Drogerie, Non-Food, Entertainment und Health Care. Das über 120-köpfige Team setzt an den Standorten Dortmund und Berlin mehrere Tausend Promotions pro Jahr um. Dabei bietet acardo den Kunden einen Full-Service, von der Konzeption, über die technische Umsetzung bis hin zum Clearing. Beim Coupon Clearing betreut acardo ein dichtes Filialnetz aus mehr als 30.000 Filialen, bestehend aus Lebensmittelhändlern, Drogerien, Kinos und Apotheken. Zu den Kunden zählen die größten Unternehmen der jeweiligen Branche, bspw. EDEKA, Drogerie Müller, Nestlé, Unilever, Kellogg’s, Krombacher, Coca-Cola, Gardena, iRobot, CinemaxX, Cineplex, Universal und Warner Bros. | [www.acardo.com](http://www.acardo.com)

#### Pressekontakt

Chérine De Bruijn, Executive MBA  
E-Mail: [presse@acardo.com](mailto:presse@acardo.com)  
Tel.: +49 (0)231 58 44 97-117

#### Agentur:

CORPORATE KITCHEN GmbH & Co. KG  
Christophstr. 15-17 | D-50670 Köln  
Geschäftsführung: Chérine De Bruijn

#### Unternehmenskontakt

acardo group ag  
Am Kai 12 | D-44263 Dortmund  
E-Mail: [info@acardo.com](mailto:info@acardo.com) | Web:  
[www.acardo.com](http://www.acardo.com)

Vorstände: Robert Hartung, Constantin  
Rack, Alexander Schüle und Christoph  
Thye | HRB 15280 | Amtsgericht Dortmund

Im Falle einer Veröffentlichung bitten wir um ein Belegexemplar an die Dortmunder Firmenadresse. Vielen Dank!