

acardo Datenerhebung: Shopper Activation bleibt im Trend – Der richtige Mix macht's.

Dortmund, 26. November 2024 – acardo, eines der führenden Unternehmen im Bereich Shopper Activation in Deutschland, hat in einer umfassenden internen Datenerhebung wertvolle Einblicke in die aktuellen Trends des Retail Marketings gewonnen. Die Analyse, die auf den Daten des acardo Netzwerks und aller seiner Medien basiert, zeigt, dass Shopper Activation nach wie vor ein gefragtes Mittel ist, um bei Konsumenten Kaufimpulse zu generieren und den Absatz zu steigern.¹

Shopper Activation im Trend

Die Ergebnisse der Untersuchung, die den Zeitraum 2023 umfasst, belegen ein signifikantes Wachstum in der Anzahl der durch Hersteller gebuchten Promotions um 18,6% im Vergleich zum Vorjahr. Auch die Zahl der Hersteller, die aktiv Kampagnen zur Shopper Activation nutzen, ist um 18,6% gestiegen. „Der Anstieg der gebuchten Promotions zeigt, dass viele Marken erkannt haben, wie wichtig es ist, aktiv auf Kunden zuzugehen, insbesondere in Zeiten einer zunehmenden Abwanderung zu Discountern und dem Trend zu Eigenmarken“, erklärt Katrin Spahn, Chief Sales Officer der acardo group AG.

Die Datenauswertung zeigt zudem, dass das Informations- und Einkaufsverhalten der Konsumenten komplexer geworden ist. Den einen Touchpoint gibt es nicht. Auch die Höhe der gewährten Rabatte ist um 4% gestiegen, was darauf hinweist, dass Käufer mit attraktiven Anreizen gelockt werden müssen. „Der Mix entlang der Shopper Journey macht's“, so Christoph Thye, Vorstand der acardo group AG. „Es reicht nicht mehr, auf nur ein einzelnes Medium zu setzen. Hersteller sollten einen passenden Medienmix wählen, um Konsumenten an verschiedenen Touchpoints anzusprechen.“

Trilogie der Medien: Hersteller sollten auf Dreiklang setzen

Die Analyse hebt hervor, dass eine Kombination aus den Medien Digital, Instore und Klassisch besonders effektiv ist. Klassische Medien wie Coupons aus Handzetteln bleiben nach wie vor relevant, während digitale Coupons ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen. Aber auch Instore Medien wie das warenkorbbasierte Check-out Couponing lösen effektiv Kaufimpulse direkt am Point of Sale aus. „Die Trilogie der Medien ist essenziell, um Kunden ganzheitlich anzusprechen“, betont Katrin Spahn.

In Anbetracht der aktuellen Herausforderungen durch Inflation und die geopolitische Lage ist es für Marken entscheidend, ihre Zielgruppen an den richtigen Touchpoints zu aktivieren. acardo bietet mit seinem einzigartigen Netzwerk die Möglichkeit, alle drei Medien-Säulen optimal zu kombinieren und so konkrete Kaufimpulse im Store auszulösen.

Über acardo group AG

acardo ist ein führender Anbieter von innovativen Lösungen für Shopper Activation und Couponing in Deutschland. Seit mehr als 20 Jahren bietet das Unternehmen maßgeschneiderte Verkaufsförderungskonzepte

¹ Bei der Datenauswertung wurden alle acardo Couponing-Medien und -Netzwerke berücksichtigt.

für die Branchen Lebensmittelhandel, Drogerie, Non-Food, Entertainment und Health Care und unterstützt mit Kampagnen, die auf echtem Kaufverhalten basieren, Hersteller und Händler bei der zielgerichteten Ansprache ihrer Kunden.

Das über 100-köpfige Team setzt 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 branchenübergreifend ein Filialnetz aus mehr als 30.000 Filialen. Zu den Kunden zählen die größten Unternehmen der jeweiligen Branche, bspw. EDEKA, Müller, Nestlé, Unilever, Kellogg's, Krombacher, Coca-Cola, PEPSI, Beiersdorf, Hexal, CinemaxX, Cineplex, Universal und Warner Bros. acardo ist ein 100%-Tochterunternehmen der börsennotierten Vectron Systems AG.

Pressekontakt

acardo group AG

Dominika Berger

Am Kai 2-6 | D-44263 Dortmund

E-Mail: presse@acardo.com

Web: www.acardo.com

Tel.: +49 (0) 231 58 44 97-0

Gerne stehen wir Ihnen für ein Hintergrundgespräch oder Rückfragen zur Verfügung.

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