

Supermärkte im Preiskampf: Netto sticht Penny mit neuem Cashback-Programm!

Supermärkte in Deutschland starten 2025 neue Cashback- und Bonusprogramme, während Payback-Punkte neu verteilt werden.



Ein bedeutender Wandel im deutschen Einzelhandel hat am 1. Januar 2025 begonnen, da Supermärkte wie Rewe und Penny sich von dem bewährten Payback-System abgewandt haben. Während Edeka und Netto Marken-Discount weiterhin Payback-Punkte anbieten, setzen Rewe und Penny nun auf eigene Loyalitätsprogramme. Besonders Netto hat mit einer provokanten Werbung auf die Situation reagiert und Kunden humorvoll aufgefordert, zu Netto zu wechseln, um die vermeintlich veralteten Payback-Punkte hinter sich zu lassen, wie **Berlin Live** berichtete.

Penny kontert mit seiner neuen App, die direkte Rabatte in Höhe von 10 Prozent auf Einkäufe verspricht. Trotz dieser

Bemühungen scheinen viele Verbraucher das traditionelle Payback-Programm weiterhin zu bevorzugen, was in einigen Kommentaren auf Social Media deutlich wird. Einige Kunden äußerten ihre Enttäuschung und entschieden sich, lieber zu Netto zu fahren, anstatt das neue System bei Penny auszuprobieren. Währenddessen setzt Rewe mit seinem neuen Bonusprogramm Akzente, das Stufenrabatte und Coupons beinhaltet, um Kunden zu gewinnen, während sie gleichzeitig den Markt gegen Lidl Plus und andere Wettbewerber verstärken wollen, wie **Focus Online** hinwies.

Neue Loyalitätsprogramme im Einzelhandel

Das Rewe Bonusprogramm bietet nun bis zu 10 Prozent Rabatt im Folgemonat, abhängig von den getätigten Einkäufen, während die Punkte für das frühere Loyalitätsprogramm bis zu drei Jahre gültig bleiben. Wichtig ist, dass die Kunden die neuen Angebote in der Rewe-App aktivieren, da es kein physisches Kundenkarten-System mehr gibt. Das Programm von Penny, das stark an das Rewe-Modell angelehnt ist, könnte es jedoch schwer haben, Kunden zu überzeugen, die an den traditionellen Punkten hängen, die sich meist in Prämien wie Gutscheinen umwandeln lassen.

Für all jene, die das DeutschlandCard-Programm genutzt haben, wird ab dem 28. Februar 2025 eine Umstellung notwendig sein, da die Partnerschaft mit Netto und Edeka endet. Fortan können Punkte nur noch über die DeutschlandCard-App gesammelt werden, was eine bedeutende Änderung im Einkaufserlebnis darstellt. Diese neue Dynamik im Bereich der Kundenbindung zeigt, wie wichtig es für die Einzelhändler ist, sich kontinuierlich anzupassen, um der Konkurrenz standzuhalten und den Kunden die besten Angebote zu bieten.

Details

Quellen

- www.berlin-live.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de