

Rewe und Penny: Neue Bonus-Regeln sorgen für Verwirrung bei Kunden!

Rewe und Penny ändern ab April 2025 ihre Bonusprogramme, Kunden können neue Rabatte und Konditionen in Apps nutzen.

Deutschland - Rewe und Penny haben kürzlich ihre Bonus-Programme nach dem Ende der Payback-Partnerschaft umgestellt. Kunden können nun über die neue Rewe Bonus-App Rabatte in Form von Euros oder prozentualen Nachlässen sammeln und diese im Folgemonat einlösen. Diese Veränderungen sorgten anfangs für Verwirrung, doch viele Kunden haben sich mittlerweile an die neuen Angebote gewöhnt. Seit April 2025 gelten jedoch neue Konditionen für das Rabattsammeln in den Apps der Rewe Group, die einige Änderungen mit sich bringen.

Die Umsatzgrenzen für Rabatte wurden signifikant angehoben. Bei Rewe müssen Kunden für die verschiedenen Coupons nun deutlich höhere Einkaufssummen erreichen: Ein 3%-Coupon erfordert nun einen Einkauf von 100 Euro statt zuvor 50 Euro, der 5%-Coupon benötigt einen Einkaufswert von 250 Euro anstelle von 150 Euro, und für den 10%-Coupon sind 500 Euro anstelle von 400 Euro erforderlich. Auch bei Penny gibt es Anpassungen: Der 3%-Coupon ist bei einem Einkauf von 50 Euro statt 30 Euro erhältlich, während die Anforderungen für die anderen Coupons ebenfalls erhöht wurden.

Anpassungen und weniger Transparenz

Die Änderungen wurden nicht aktiv von Penny kommuniziert.

Diese sind lediglich auf der Webseite und in der App der Supermarktkette zu finden. Experten sind der Meinung, dass die Rewe Group mit den neuen Konditionen versucht, die Kundenbindung im hart umkämpften Einzelhandelsmarkt zu stärken, insbesondere im Vergleich zu Mitbewerbern wie Edeka, die weiterhin auf das etablierte Bonusprogramm Payback setzen.

Rewe hat sich entschieden, eigene Bonusprogramme zu entwickeln, um unabhängiger zu agieren und neue Kunden für die eigene App zu gewinnen. Das beinhaltet unter anderem das Angebot von Startguthaben und Bonus-Coupons. Die Rewe-App versucht, Kunden durch attraktive Rabatte, wie beispielsweise Barilla-Nudeln für 88 Cent und zusätzliches Guthaben für den nächsten Einkauf zu gewinnen. Im direkten Vergleich bietet Edeka die gleichen Tomaten deutlich günstiger an.

Markt- und Wettbewerbsbedingungen

Gleichzeitig zeigen Analysen, dass Discounter wie Lidl, Penny und Netto ebenfalls in dieser Dimension um Marktanteile kämpfen, während Aldi nach wie vor ohne eigene App oder Kundenbindungsprogramm auskommt. Die Herausforderung bleibt, treue Kunden zu gewinnen und ihnen mehr als nur günstige Preise zu bieten. Die Kosten für Kundengewinnung steigen stetig, weshalb es für Händler zunehmend schwierig wird, sich langfristig zu behaupten.

Insgesamt versucht Rewe, sich durch die neuen Programme im Markt zu positionieren und Kunden dazu zu bewegen, sich stärker mit ihrer Marke zu identifizieren. Die Umstellung auf die neuen Rabattstrukturen könnte jedoch auch dazu führen, dass einige Kunden die Angebote als weniger attraktiv empfinden, was langfristige Auswirkungen auf die Kundenbindung haben könnte. Während sich die Branche wandelt, bleibt abzuwarten, wie Rewe auf den zunehmenden Wettbewerb reagiert und ob die Anpassungen tatsächlich wieder mehr Kunden in die Geschäfte locken können.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.derwesten.de• www.golem.de• www.tagesschau.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de