

Rewe startet modernes Bonusprogramm - doch Kunden sind misstrauisch!

Rewe führt ein neues Bonusprogramm per App ein. Kunden diskutieren QR-Code-Tricks und erheben Bedenken zur Preistransparenz.

Niederlande - Rewe hat am 7. Februar 2025 ein neues Bonusprogramm vorgestellt, das Kunden zur Nutzung seiner kostenlosen Handy-App ermutigen soll, um Plastik-Kundenkarten überflüssig zu machen. Der Schritt ist Teil eines umfassenderen Trends im Einzelhandel, der darauf abzielt, die Kundenbindung durch digitale Lösungen zu fördern. Gelegenheit dazu bietet die große Verbreitung von Smartphones und die veränderten Erwartungen der Verbraucher, die immer mehr Wert auf digitale Mehrwerte legen. Laut **KPMG** zielen solche Programme darauf ab, Treuepunkte, Rabatte und Gutscheine anzubieten, um die Kundenbindung zu stärken und den Umsatz zu steigern.

Das Rewe-Bonusprogramm hat bereits in Online-Communities wie Reddit für intensive Diskussionen gesorgt. Kritiker äußern Bedenken hinsichtlich der Preistransparenz und einige Verbraucherschützer ziehen juristische Schritte in Betracht. Diese Skepsis wird durch die Sorge verstärkt, dass die Kunden bei technischen Problemen – wie wenn die Handy-App nicht funktioniert oder das Smartphone vergessen wird – im Nachteil sein könnten.

Innovative Ansätze und Bedenken der Kunden

Ein Reddit-Nutzer stellte die Frage, ob es möglich sei, einen

Screenshot des QR-Codes zu drucken und an der Kasse zu verwenden. Die Antworten waren vielversprechend: zahlreiche Nutzer berichten, dass das Scannen eines ausgedruckten QR-Codes in vielen Fällen erfolgreich war. Diese Methode wird nicht nur bei Rewe, sondern auch bei anderen Supermärkten wie Lidl und Kaufland genutzt. Besonders Paaren oder in gemeinsamen Haushalten scheint dieser Trick beliebt zu sein. Dennoch gibt es Bedenken: Einige Kassierer reagieren skeptisch auf die Verwendung dieser ausgedruckten Codes, was für zusätzliche Unsicherheit sorgt.

Der Launch von Rewes Programm fällt in eine Zeit, in der Kundentreueprogramme im Einzelhandel weit verbreitet sind. Diese Programme kommen in unterschiedlichen Formen, wie physische Kundenkarten oder eine Kombination aus beiden. Der große Vorteil solcher Systeme liegt darin, dass sie den Händlern ermöglichen, wichtige Informationen über die Vorlieben und das Kaufverhalten ihrer Kunden zu sammeln, was für zukünftige Marketingstrategien von Bedeutung ist.

Der Wettbewerb im Einzelhandel

In diesem Kontext lohnt es sich zu erwähnen, dass auch die Marke Ritter Sport ein eigenes Bonusprogramm ins Leben gerufen hat, das von Rewes Initiative inspiriert wurde. Dies unterstreicht den Wettbewerb im Einzelhandel, wo Händlern angesichts steigender Betriebskosten und sich verändernder Verbrauchererwartungen zunehmend kreative Strategien zur Kundenbindung einfallen müssen.

Insgesamt zeigt das Beispiel des Rewe-Bonusprogramms, dass die Digitalisierung im Einzelhandel nicht nur neue Möglichkeiten schafft, sondern auch zahlreiche Herausforderungen mit sich bringt. Die Kritikpunkte, die auch im Rahmen der Untersuchung von **KPMG** aufgeführt werden, wie etwa die Bewertung bestehender Kundenbindungsprogramme und die Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse, sind entscheidend für den Erfolg solcher Initiativen.

Details	
Ort	Niederlande
Quellen	• www.derwesten.de • kpmg.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de