

Karlsruhe**BNN +** Fluch oder Segen?

Was bringen eigentlich Supermarkt-Apps den Kundinnen und Kunden?

Rabatte, Rezepte, Ratschläge – immer mehr Verbraucher zücken bei Edeka, Rewe, Lidl, Aldi & Co ihr Smartphone mit Supermarkt-App. Die sind auch umstritten.



Rund 20 Millionen Mal wurden Supermarkt-Apps bereits in Deutschland heruntergeladen. Verbraucherschützer weisen darauf hin, dass Kundinnen und Kunden damit auch Daten preisgeben. Foto: Benjamin Nolte/dpa

von **Dirk Neubauer**

vor 3 Stunden

 2 Minuten[Rechte am Artikel erwerben](#)

BNN-Leser Günter Schwarz aus Forbach spricht wütend über einen „App-Zirkus, der inflationäre Zustände erreicht hat“. Er ist sauer über Sonderpreise in Supermärkten und beim Discounter, welche die

Kundschaft nur erhält, wenn sie die jeweilige Händler-App auf dem Smartphone hat.

„Das sorgt doch für Ärger“, sagt Schwarz und spricht von einem „unterschwelligem Zwang zur App-Nutzung“.

„Der App-Zirkus hat inflationäre Zustände erreicht.“

Günter Schwarz
BNN-Leser aus Forbach

Solcher Ärger kommt auch bei Sabine Holzäpfel, Lebensmittel-Expertin der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, an. „Wir bekommen immer wieder Beschwerden, dass Leute sagen: ‘Ich habe kein Smartphone und kann daher die App-Angebote nicht nutzen.’“

Die Verbraucherzentrale könne verstehen, dass jemand sich ärgert, solche Preisvorteile nicht nutzen zu können. „Gleichzeitig sehen wir die Apps sehr kritisch.“

Handels-Professor Fassnacht: Kundschaft profitiert von Supermarkt-Apps

Fakt ist: Immer mehr Kundinnen und Kunden zücken bei Rewe, Edeka, Lidl, Aldi & Co. das Smartphone mit der jeweiligen App. Laut „tageschau.de“ wurden sie bereits 20 Millionen mal heruntergeladen. Die Handelskonzerne locken so häufig mit Rabatten. Teilweise bieten sie Rezeptvorschläge samt passenden Einkaufslisten. Produkte lassen sich mitunter per App scannen und an der Kasse bezahlen. Auf der App ist auch der digitale Kassenbon gespeichert.

Der aus Gernsbach stammende Handels-Professor Martin Fassnacht sagt, die Kundschaft profitiere deshalb von den Apps. Und die Lebensmitteleinzelhandels-Konzerne (LEH) könnten so besser

kennenlernen, wer bei ihnen einkauft. „Dann können sie diese auch besser an sich binden“, sagt Fassnacht, der an der WHU – Otto Beisheim School of Management lehrt.

„Supermärkte und Discounter haben nichts zu verschenken. Sie haben etwas davon, wenn ihre Kundinnen und Kunden die Apps verwenden.“

Sabine Holzäpfel
Verbraucherschützerin

Just das ist es, was Verbraucherschützerin Holzäpfel kritisch sieht. „Supermärkte und Discounter haben nichts zu verschenken. Sie haben etwas davon, wenn ihre Kundinnen und Kunden die Apps verwenden“, sagt sie.

Die LEH-Konzerne erfahren demnach per App, wann ihre Kunden welche Produkte in welchen Filialen einkaufen. Sie könnten so gezielt individuelle Werbung adressieren. „Man wird dadurch eher dazu verleitet, mehr einzukaufen“, sagt Holzäpfel.

Sparquote liegt mit Coupons zwischen 1,3 und 3,1 Prozent

Daneben sei es das Ziel, dass App-Nutzer seltener zur Konkurrenz gehen und weniger die Preise vergleichen. Wer Rabattaktionen auf Supermarkt-Apps nutzt, solle sich fragen, „ob man damit wirklich so viel spart“.

Das Preisvergleichsportal smhaggle hat 100.000 Kassenzettel analysiert und dabei die Ersparnisse durch App-Coupons herausgerechnet. Demnach lag die Sparquote zwischen 1,3 und 3,1 Prozent, berichtet „tagesschau.de“. Das hr-Magazin „mex“ sei bei einer Stichprobe zu ähnlichen Werten gekommen.

„Es ist ganz entscheidend, dass Kunden mit den Unternehmen häufig in Beziehung treten.“

Martin Fassnacht

Handels-Professor an der WHU – Otto Beisheim School of Management

Möglichst viel über Kunden zu wissen und sie an sich zu binden – das ist nicht neu im Einzelhandel. Dazu dienen auch Payback- und Deutschland-Card. „Es ist ganz entscheidend, dass Kunden mit den Unternehmen häufig in Beziehung treten“, sagt Fassnacht. Das könnten die LEH-Konzerne „aber nur mit ihrer eigenen App.“

In Vor-Smartphone-Zeiten sammelten LEH-Konzerne mit Gewinnspielen Kundendaten. Per Treuepunkten, aufgeklebt in Sammelheftchen, haben sie Kunden an sich gebunden. In der App-Welt sind ihre Möglichkeiten ungleich größer.

Standortbestimmung lässt sich in Apps ausschalten

Dessen ist sich nicht jeder Konsument bewusst. Nutzer von Supermarkt-Apps sollten die Datenschutzbestimmungen lesen und sich mit den Einstellungen der App auseinandersetzen, sagt Verbraucherschützerin Holzäpfel. Man sollte sich zum Beispiel dabei fragen, ob die App erkennt, wo man sich gerade befindet, oder gar Zugriff aufs Mikrofon des Smartphones hat.

Holzäpfels Kollegen von der Verbraucherzentrale NRW erklären anhand eines Beispiels, wie Supermarkt-Apps den LEH-Konzernen helfen können, individuelle Angebote zu schnüren: Da trinkt eine Kundin neuerdings keinen Rotwein mehr, sondern greift nur noch zum alkoholfreien Sekt. Sie könnte – so eine denkbare Analyse – schwanger sein. Prompt bekommt sie per Supermarkt-App Rabatt-Angebote für Schwangerschafts-Vitaminsäfte.

„Es lohnt sich auf jeden Fall, sich zu bücken und zu strecken.“

Sabine Holzäpfel

Lebensmittel-Expertin Verbraucherzentrale BW

Ganz gleich, ob Kunden Supermarkt-Apps nutzen oder nicht – Holzäpfel rät preisbewussten Verbrauchern, einige Tipps zu beherzigen, die sich bewährt hätten: So sollte man sich zu Hause die Vorräte anschauen, dann eine Einkaufsliste schreiben und später nur das in den Einkaufswagen legen, was auch draufsteht.

Wichtig sei auch, Angebote zu vergleichen und dabei auf die [Grundpreisangabe an den Regalen](#) zu achten. Sogenannte Vorratspackungen seien beispielsweise nicht per se günstiger als die gewohnte Verpackung.

Noch ein Tipp: „Es lohnt sich auf jeden Fall, sich zu bücken und zu strecken“, sagt Holzäpfel. „Denn häufig stehen die günstigeren Produkte ganz oben oder unten im Regal.“

Karlsruhe | Wirtschaft | Einkaufen | Verbraucher | Digitalisierung [Rechte am Artikel erwerben](#)

Ähnliche Artikel



BNN+ Cleveres Marketing

Vorsicht vor Fallen: Welche Rechte Kunden bei Geschenkgutscheinen haben

von Dirk Neubauer

🔄 05. Dez. 2023