Rewe

Supermarkt hat Werbeprospekt eingestellt – Kunden suchen nun bei Aldi

Vor einem Jahr hat der Einzelhändler für Lebensmittel sein gedrucktes Angebotsblättchen abgeschafft. Das wurde als Erfolg verkauft. Doch es bleiben Zweifel.

Florian Kolf, Michael Scheppe
28.06.2024 - 08:10 Uhr

Rewe hat seinen Papierprospekt vor einem Jahr abgeschafft. Foto: dpa

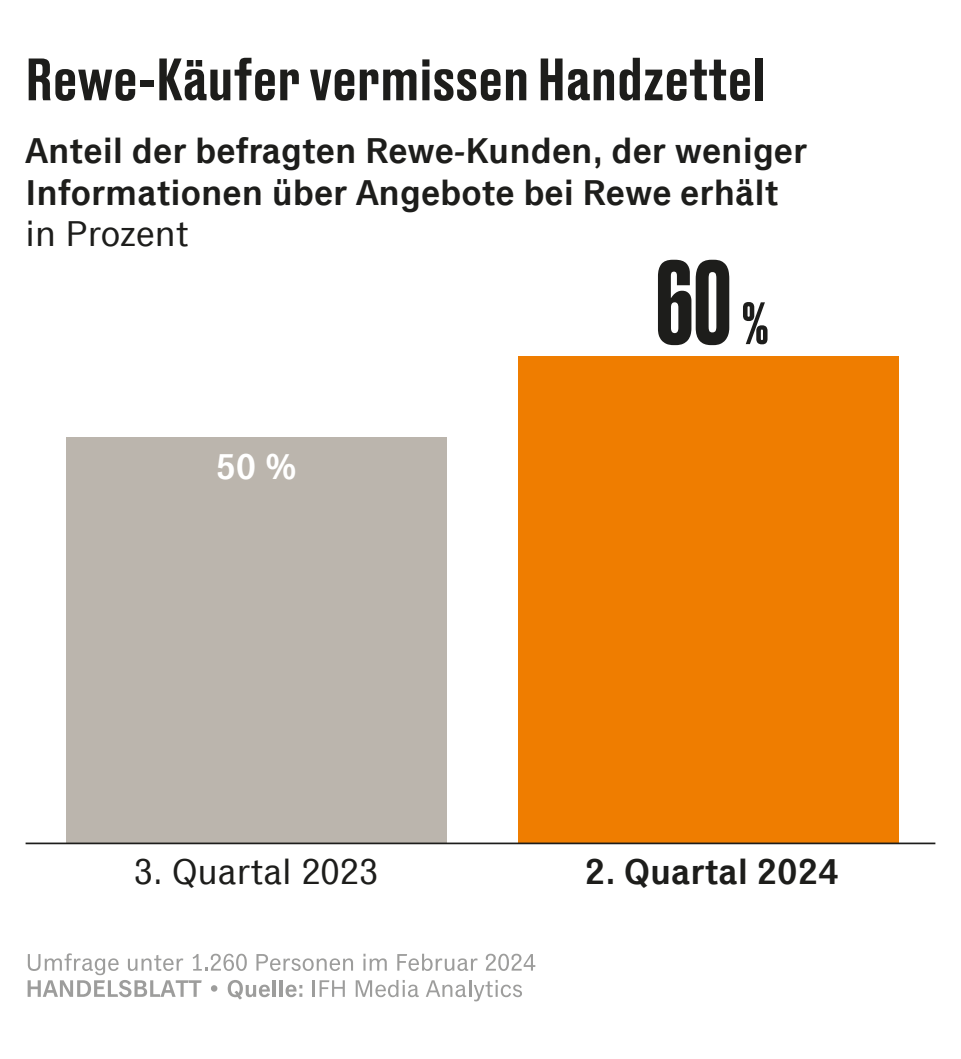
Düsseldorf. Rewe hatte mit einer alten Handelstradition gebrochen – und Kunden wie Händler überrascht. Nach 80 Jahren stellte Rewe vor genau einem Jahr seinen gedruckten Werbeprospekt ein. Seit Juli 2023 lassen die Kölner als einziger der großen Lebensmittelriesen keine Handzettel mehr verteilen. Stattdessen versuchen sie, Verbraucher in ihre App zu locken. Doch hat sich Rewe mit dieser Entscheidung einen Gefallen getan?

Peter Maly, Leiter des operativen Geschäfts von Rewe, wertet den Schritt als „sehr mutige Entscheidung“ und Erfolg. „Wir haben uns natürlich auch die Frage gestellt, ob wir unsere Kunden damit überfordern“, sagte er dem Handelsblatt. Doch die Umsatzentwicklung sei positiv, so Maly, auch die Kundenfrequenz in den Märkten steige. „Alle Bedenken, wir würden Geschäft verlieren, haben sich nicht erfüllt.“

Dennoch gibt es weiterhin Fragezeichen, ob es richtig war, auf die gedruckten Werbeprospekte zu verzichten. Andreas Riekötter, Geschäftsführer des Kölner Marktforschers IFH Media Analytics sagt: „Allen Unkenrufen zum Trotz ist der Papierprospekt für Verbraucherinnen und Verbraucher immer noch der mit Abstand wichtigste Informationskanal im Handel.“ Insofern wertet er es als riskant, wenn Händler den gedruckten Handzettel einstellen.

Vor allem die Rewe-Kunden sind irritiert. 60 Prozent von ihnen geben an, weniger Informationen über die Angebote von Rewe zu erhalten, das belegen die IFH-Daten. Zunehmend profitiert die Konkurrenz. Die Hälfte der Rewe-Kunden sagt demnach, heute mehr Angebote von anderen Lebensmittelhändlern einzuholen. Größter Nutznießer ist Aldi vor Lidl und Edeka.

Damit dürften Verbraucher auch verstärkt bei Mitbewerbern einkaufen. Laut Branchenexperten hat Rewe leicht an Marktanteilen eingebüßt. Der Händler entgegnet, dass sich Kunden die Abschaffung des gedruckten Handzettels mehrheitlich gewünscht hätten.



Umfrage unter 1.260 Personen im Februar 2024
HANDELSBLATT • Quelle: IFH Media Analytics

Obwohl die Inflation wieder abflacht, sind viele Menschen bei Lebensmitteln und anderen alltäglichen Produkten noch immer sehr auf den Preis fokussiert. Schon kleinste Preisunterschiede verleiten sie dazu, den Händler zu wechseln. So können Händler mit ihren Angeboten Impulse setzen, um vor allem Gelegenheitskäufer zu locken.

Rewe schaltet mehr Print-Anzeigen

Auch Rewe weiß das. Um Verbraucher weiter zu erreichen, hat der Händler zuletzt deutlich mehr Anzeigen in Zeitungen geschaltet. Zwischen Juli 2023 und April 2024 stiegen die Ausgaben dafür um 370 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Das zeigen Daten des Marktforschers Nielsen Media.

Verwandte Themen

Schwarz-Gr... Folgen
Aldi Folgen
Big Data Folgen
Konsumgüte... Folgen
Deutsche Post Folgen

» **Lesen Sie auch:** *„Es herrscht Goldgräberstimmung“ - Handel hofft auf neues Milliardengeschäft mit Werbung*

Vor einem Jahr noch warben die Kölner groß damit, auf gedruckte Prospekte zu verzichten, um die Umwelt zu schützen. Rewe will jährlich 73.000 Tonnen Papier und 70.000 Tonnen CO_2 einsparen. Gänzlich aber kann Rewe nicht auf das Gedruckte verzichten. Manager Maly sagt: „Es bleibt eine Kundengruppe, die sich bis jetzt nicht digital informieren will.“

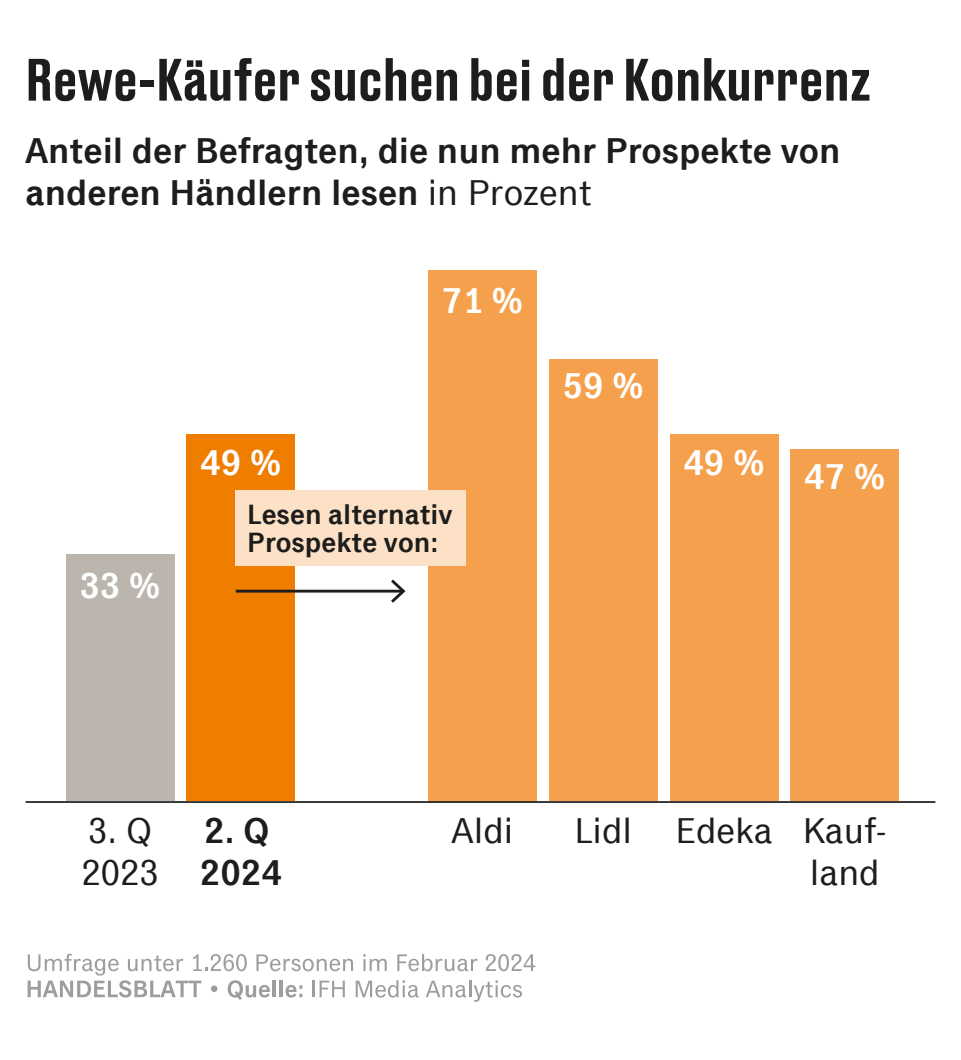
Top-Jobs des Tages

Jetzt die besten Jobs finden.
Jobtitel, Kompetenz oder Firmennam
Standort
JOBS FINDEN

Northrop Grumman Sperry Marine B.V. Zweigniederlassung Deutschland
Recruitment & HR Coordinator (m/w/d)
Hamburg

Mercedes-Benz Ludwigsfelde GmbH
Ausbildung zum KFZ-Mechatroniker (w/m/d) für System- und Hochvolttechnik, Mercedes-Benz Ludwigsfelde GmbH, Standort Ludwigsfelde, Ausbildungsbeginn 01.09.2025
Ludwigsfelde

Rheinmetall Aviation Services GmbH
Fertigungsmechaniker F-35 (m/w/d)
Weeze

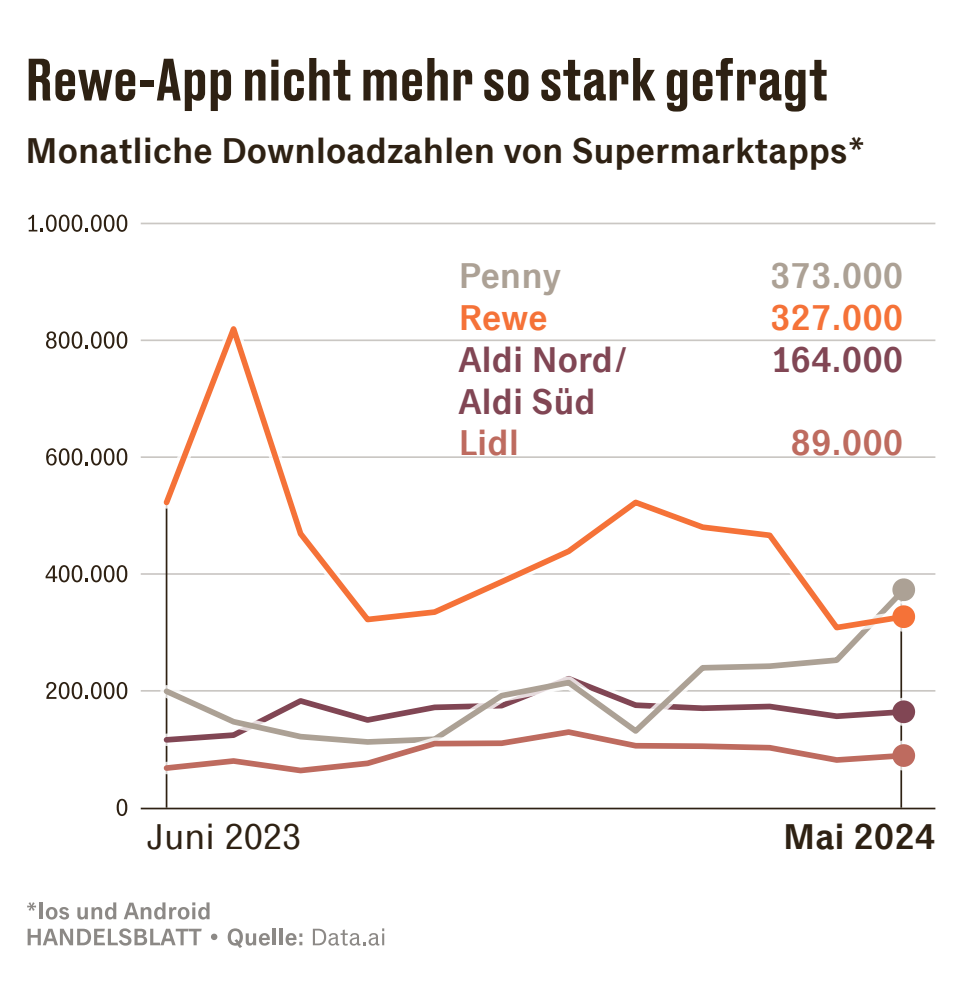


Umfrage unter 1.260 Personen im Februar 2024
HANDELSBLATT • Quelle: IFH Media Analytics

Dem Händler ist es nicht gelungen, die Masse seiner Kunden in die App, auf die Homepage oder den neuen WhatsApp-Newsletter zu locken. Nur 47 Prozent der Rewe-Kunden nutzen laut IFH diese alternativen Kanäle, seitdem die Papierprospekte eingestellt wurden.

Rewe kann Downloadzahlen der App nicht steigern

Auch die Downloadzahlen der Rewe-App sind nicht merklich angestiegen. Gab es im Juli 2023 einen kurzfristigen Anstieg der Neuinstallationen auf gut 819.000, verharren diese seither bei 406.000 Downloads pro Monat, zeigen Zahlen des Dienstleisters Data.ai.



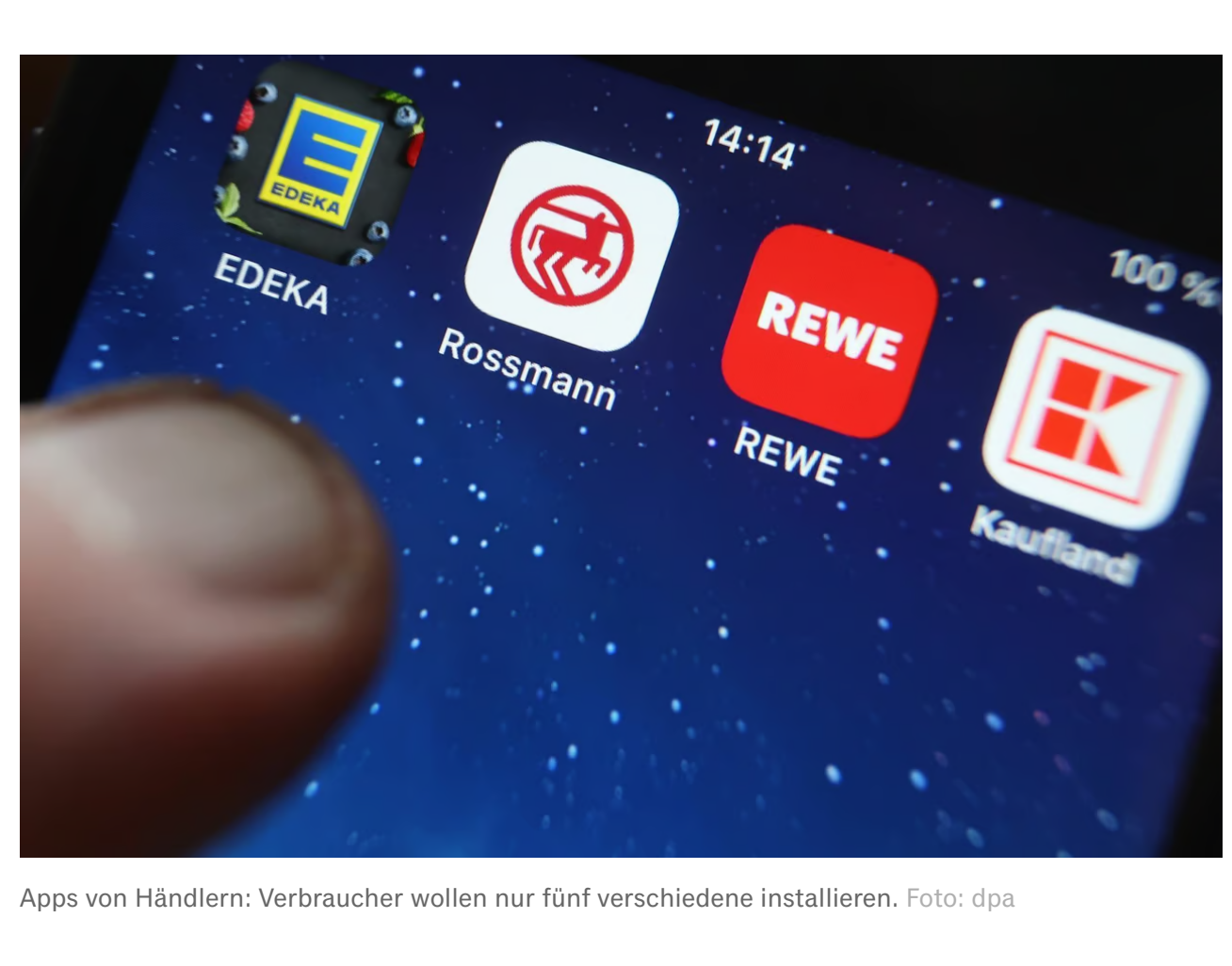
*Ios und Android
HANDELSBLATT • Quelle: Data.ai

Zwar verzeichnet Rewe deutlich höhere Neuinstallationen als andere Händler, doch die Konkurrenz konnte die Zahl der Downloads zuletzt steigern. Rewe-COO Maly sagt, dass ihm die aktiven Nutzer wichtiger seien – und diese Zahl steige stark. „Die App wird der Supermarkt für die Hosentasche, sie wird für uns das entscheidende Medium für die Kommunikation mit den Kunden“, erwartet er.

Bereits alle großen Händler setzen verstärkt auf eigene Apps. Sie wollen darüber mehr über das Einkaufsverhalten ihrer Kunden erfahren und ihnen so passgenauere Angebote machen. Allerdings sind Verbraucher laut Marktkenner Riekötter nur bereit, maximal fünf verschiedene Händler-Apps zu installieren. Diese Zahl sei zwar gestiegen, „doch es ist für Händler ein harter Kampf, Kunden über Apps anzusprechen und zu halten“.

Hat sich der Verzicht finanziell gelohnt?

Finanziell gelohnt haben dürfte sich das Vorhaben für Rewe nicht. Der Händler spart zwar, weil er nicht mehr jede Woche 25 Millionen Prospekte drucken und verteilen muss. Doch die Ausgaben für den Ausbau der Onlinedienste und für mehr Printwerbung dürften deutlich höher gewesen sein. Rewe-Vorstand Maly sagt: „Ziel war es für uns nicht, Geld zu sparen.“ Man habe das Werbebudget in Kanäle umgeschichtet, in denen man Kunden gezielter erreiche.



Apps von Händlern: Verbraucher wollen nur fünf verschiedene installieren. Foto: dpa

Nicht alle der 1800 Rewe-Kaufleute sind allerdings von den digitalen Alternativen überzeugt. So setzt etwa Dornseifer, der nach Umsatz zu den größten Rewe-Kaufleuten zählt und vor allem im Sauer- und Siegerland tätig ist, weiter auf gedruckte Werbeprospekte. Dornseifer ließ eine Anfrage des Handelsblatts unbeantwortet.

Ex-Metro-CEO Olaf Koch über die Transformation der Lebensmittelindustrie
08.03.2024
Abspielen 53:47

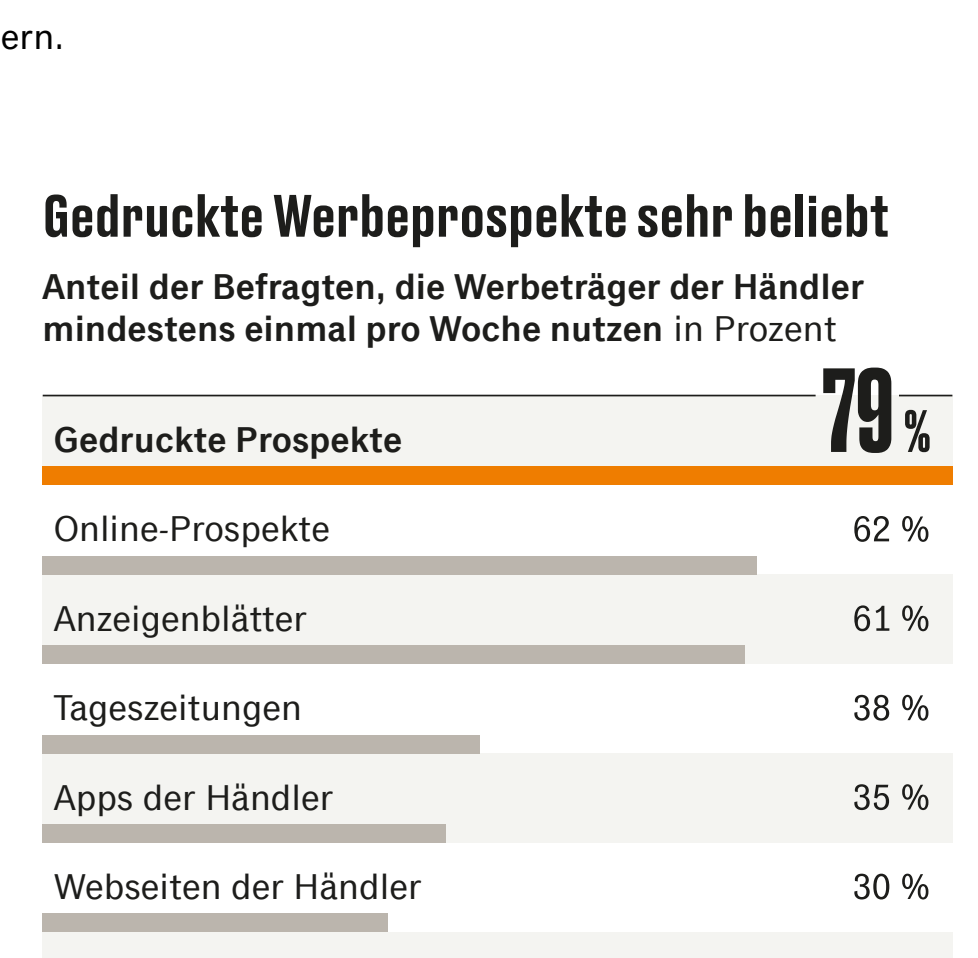
Bei seiner Discounttochter Penny hat Rewe den Handzettel zudem nicht abgeschafft – und plant dies aktuell auch nicht. Hintergrund ist, dass Penny vor allem preissensible Kunden ansprechen will. Auch die zu Rewe gehörende Baumarktkette Toom, der Kleinhändler Nahkauf und die österreichische Tochter Billa halten am Gedruckten fest.

Edeka, Lidl und Co. halten an Handzetteln fest

„Der Ausstieg von Rewe hat keine Sogwelle in der Branche ausgelöst – und wird es auch in den kommenden Jahren nicht tun“, sagt Marktforscher Riekötter. Gedruckte Prospekte erreichten pro Haushalt zwei Personen und würden im Vergleich zu den Alternativen als glaubwürdiger eingeschätzt und stärker zum Kaufen anregen.

79 Prozent der Verbraucher lesen mindestens einmal pro Woche gedruckte Prospekte. Foto: dpa

Seine Statistiken zeigen: 79 Prozent der Verbraucher lesen mindestens einmal pro Woche gedruckte Prospekte. Seit Jahren ist dieser Wert konstant – selbst unter jüngeren Menschen. Erst mit weitem Abstand folgen digitale Alternativen: 35 Prozent der Verbraucher nutzen Händler-Apps, um Schnäppchen zu finden, noch weniger suchen auf deren Websites oder Newslettern.



Umfrage unter 1.260 Personen im Februar 2024
HANDELSBLATT • Quelle: IFH Media Analytics

Allein Onlineprospekte werden von 62 Prozent regelmäßig gelesen. Diese Quote hat sich in den vergangenen Jahren deutlich erhöht. Aber: „Das hat keineswegs dazu geführt, dass der Printprospekt ersetzt wird, Onlineangebote werden ergänzend genutzt“, sagt Riekötter.

So verwundert es nicht, dass alle anderen Lebensmittelhändler an den Werbeprospekten festhalten. Ein Edeka-Sprecher erklärt auf Nachfrage: „Der Handzettel bleibt ein wichtiges Medium unserer Wahl.“ Viele Menschen wollten darauf nicht verzichten und Edeka wolle auch sie erreichen.

Die Discounter wollen die Werbeprospekte ebenfalls nicht verbannen. Diese seien bei Kunden „nach wie vor gefragt“, heißt es etwa von Aldi Süd. Vor einer Dekade hatte der Händler Werbung in Tageszeitungen eingestellt. Weil aber die Kundenzahl deutlich zurückgegangen war, meldete sich Aldi nach nur 18 Monaten mit verstärkter Printwerbung zurück.

Eine Wette auf die Zukunft

Für Rewe ist der Verzicht auf das gedruckte Werbeblättchen eine Wette auf die Zukunft. Sie erinnert an die Abschaffung der Plastiktüten vor einigen Jahren. Auch hier war Rewe Vorreiter, später zogen Konkurrenten nach.

Werbung, nein danke!

Gedruckte Werbeprospekte stehen verstärkt in der Kritik, weil sie Hausflure vermüllen. Foto: dpa

Das Kundenverhalten werde immer digitaler, sagte Rewe-Vorstand Maly. Er geht davon aus, dass irgendwann alle Händler auf digitale Kommunikation umstellen würden. Noch seien dazu nicht alle Händler technologisch in der Lage. „Es wird häufig noch ein System verteidigt, zu dem man im Moment keine Alternative hat“, sagt er.

Gedruckte Werbeprospekte stehen verstärkt in der Kritik, weil sie Hausflure vermüllen. Viele Verbraucher versehen zudem ihren Briefkasten mit dem Hinweis „keine Werbung“. Nur jeder fünfte Kunde von Rewe habe den gedruckten Prospekt überhaupt gelesen, zeigt die Marktforschung des Händlers.

Erschwerend kommt hinzu, dass sich die Auflage der Anzeigenblätter, mit denen Prospekte zu den Verbrauchern kommen, seit 2000 auf 46,7 Millionen Exemplare fast halbiert hat. Zudem hat die Deutsche Post ☑ im Frühjahr die Prospektwerbesendung „Einkauf Aktuell“ eingestellt. Seit 2003 wurden die Prospektbündel samstags an bis zu 18 Millionen Haushalte zugestellt.

Auch Fressnapf verabschiedet sich von gedruckten Handzetteln

Zu einem schnellen Ende der gedruckten Werbeprospekte wird auch Fressnapf nicht beitragen. Die Heimtierbedarfskette wird ab Anfang Juli seine Handzettel auch bei den Franchisepartnern einstellen. In den eigenen Märkten gibt es ihn schon seit Jahresbeginn nicht mehr.

Doch Fressnapf ist ein Sonderfall, die Zielgruppe ist viel enger als von Anbietern wie Rewe. Werbung an alle Haushalte erreicht eben auch viele Personen, die gar keine Haustiere haben.

Umfragen zeigen, dass gedruckte Prospekte auch für Kunden von Möbelketten weniger relevant sind. Das erklärt, warum Obi und Ikea schon seit vergangenem beziehungsweise vorletztem Jahr nicht mehr darauf setzen. Es belegt aber auch, warum der gedruckte Handzettel generell noch längst nicht abgeschrieben werden darf.

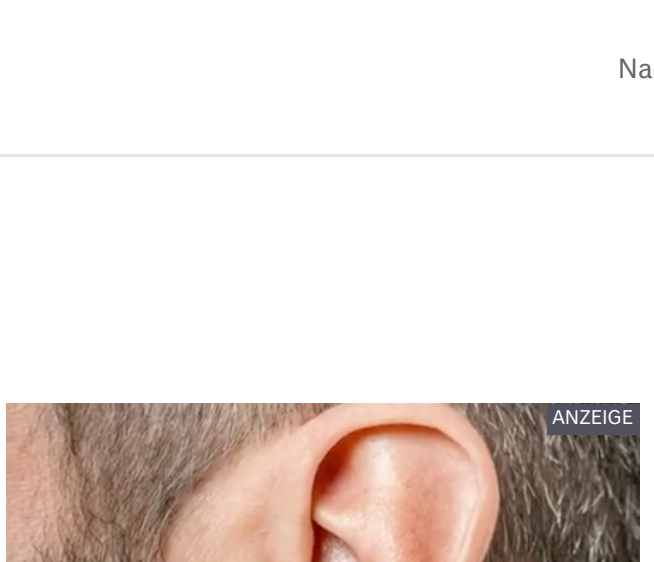
Mehr: Warum für die Deutschen der Einkauf kein Erlebnis mehr ist

Erstpublikation: 27.06.2024, 09:24 Uhr.

Zur Startseite
Nachricht an die Redaktion

Empfohlen von Outbrain

ANZEIGE
glow-beauty.club
Sensation aus "Höhle der Löwen" & besser als Botox? 1x am Tag...
Die Höhle der Löwen: Die Löwen trauen ihren Augen nicht - diese Gesichtspflege...


ANZEIGE
audibene Hörgeräte
Kaum ein Deutscher weiß das: Niemals Hörgeräte testen ohne...

ANZEIGE
Deutsches Gesundheits Journal
Der große Abnehm-Shake Test: Nur 1 Shake überzeugt
Wir haben uns 4 Abnehm-Shakes angesehen und beantworten die Frage: Mi...

Kommentar
Kommentar: Meloni zeigt in Brüssel ihre Macht

Luftfahrt
Luftfahrt: Der Airbus A321 XLR mischt die gesamte Branche auf

Rheinmetall-Aktie
Rheinmetall-Aktie: Insider sehen sie nach Verlusten als Schnäppchen

ANZEIGE
limango.de
Nur diesen Samstag: Birkenstock bis -45%*
Bequeme Pantoletten, Clogs uvm. jetzt im Sale bei limango.de

ANZEIGE
cheapenergy24
Stromanbieter wütend: Genialer Stromwechsel Trick
Stiftung Wartentest (Finanztest): „Empfehlenswert“

ANZEIGE
Healthesbuy.com
Dieser Anti-Sag-BH ist für jede mittlere und ältere Frau geeignet
Möchten Sie sich jeden Tag wohl und schweißfrei fühlen? Ein revolutionärer...

BMW
BMW: Autohersteller storniert Milliardenauftrag bei Northvolt

Krebstherapie
Krebstherapie: US-Behörde beschleunigt Zulassung von Biontech-Medikament

Merck-Aktie
Merck-Aktie: Kurs bricht ein – Forschungs-Flop offenbart kritische Lücke

Schiffbauer
Schiffbauer: Bund führt Gespräche zu möglicher Rettung der Meyer Werft

Mercedes
Mercedes: Autobauer zieht sich zum Teil aus Luxus-Konsortium zurück

Gmars
Gmars: Rheinmetall und Lockheed Martin entwickeln weitreichenden Raketenwerfer

Services
Kontakt Hilfe
Abo kündigen
Nutzungsrechte erwerben
AGB
Datenschutzerklärung
Datenschutzeinstellungen

Impressum
Online-Archiv
Veranstaltungen
Brutto-Netto-Rechner
Geschäftskonto-Vergleich

Links
Morning Briefing
WirtschaftsWoche
karriere.de
Handelsblatt-Shop
Absatzwirtschaft
iq digital
Research Institute

Organisations-Entwicklung
GBI-Genios
Finanzvergleiche
Produktvergleich
Creditreform
PMG
Infoseiten

Handelsblatt

© 2024 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG