

Presseinformation

„Wo laufen Sie denn? Was kaufen Sie denn?“ COUPIES gibt Einblick in das EM-Kaufverhalten

Zum EM-Start vergleicht COUPIES bundesweit eingereichte Kassenbons

Köln, 22. Juni 2016 – Deutschland ist im Achtelfinale – für den amtierenden Weltmeister eine Pflichtübung. Im Nachhinein wird man sagen: Gute Vorbereitung ist alles. Doch wie haben sich die Fußballfans in Deutschland auf die Europameisterschaft vorbereitet – was haben sie zu den Spielen eingekauft?

COUPIES erhält über die per App täglich tausende Kassenbons und analysiert automatisiert die beworbenen Produkte, Konsumenten- und Handelspräferenzen und entschlüsselt Trends im Einkaufsverhalten – anonymisiert, versteht sich. In dieser Auswertung sind knapp 200.000 Kassenbons analysiert worden.

COUPIES ist eine App, mit der Konsumenten Rabattaktionen von Herstellern beim wöchentlichen Einkauf wahrnehmen können. Die User fotografieren nach dem Kauf ihren Kassenbon mit der App, das Foto wird zu COUPIES übertragen und komplett ausgewertet. Die so gesammelten Kassenboninformationen werden zur Warenkorbanalyse herangezogen.

Chips oder Süßes?

Welchen Effekt hat ein Großereignis wie die Europameisterschaft? Lassen sich unsere Vermutungen zum Einkaufsverhalten der Fußballfans mit Zahlen belegen? Wurde zum EM-Start tatsächlich mehr Bier gekauft als in den Wochen davor, gibt's zum Torjubel Chips oder lieber Schokolade als Nervennahrung?

Diesen Fragen sind wir nachgegangen und haben die erste EM-Woche mit den Wochen davor verglichen:



Screenshot aus dem COUPIES-Backend
Grafik 1: „Bierabverkauf“

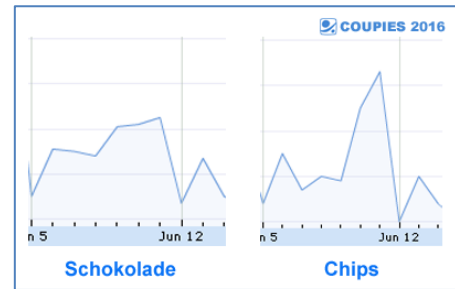
Bier ist das Fußballgetränk #1 – Vatertag schlägt EM

Ganz klar, in Deutschland gehört ein Bier zum (Fernseh-)Fußball dazu – das zeigt, wen wundert's, auch unsere Datenlage. Zum EM-Auftakt wurde 2,5x so viel Bier gekauft wie an den vier Wochen zuvor (siehe Grafik 1 „Bierabverkauf“ zum 10. bzw. für die deutsche Mannschaft zum 12.06). Nur ein weiterer Event Anfang Mai hatte einen noch höheren Bierabsatz erzeugt. Genau – der Vatertag am 5. Mai!

Auch wenn die Bierbrauer mit alkoholfreiem Bier im Rahmen von Sportereignissen werben, hat sich der Absatz von alkoholfreiem Bier, gemäß unserer Datenlage, zum EM-Start nicht verändert.

Chips statt Schoko

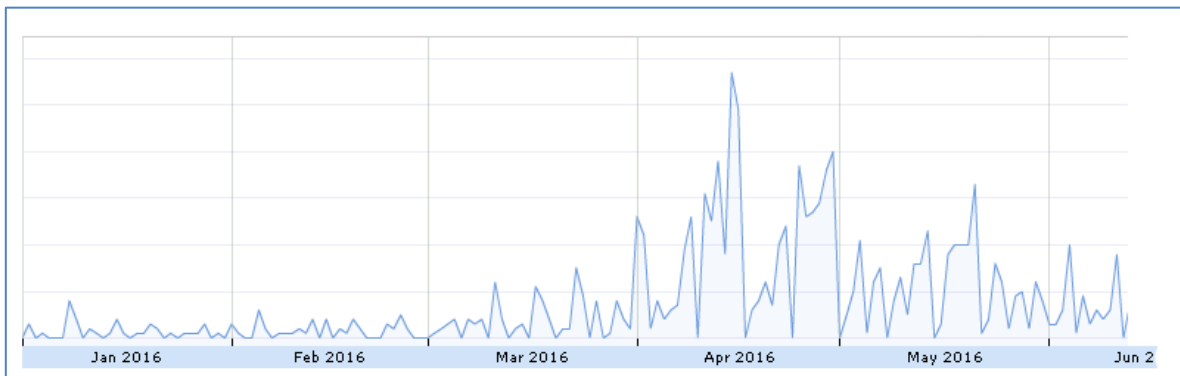
Zum Fußballschauen gehören ganz offensichtlich Chips und salzige Knabbereien. Während Schokolade zum Eröffnungswochenende keine nennenswerte Steigerung zu verzeichnen hatte, wurden mehr als doppelt so viele Chips am 10. und 11. Juni 2016 gekauft als in den Wochen zuvor.



Grafik 2: „Schokolade vs. Chips“

Verregneter Start in die EM-Grillsaison?

Wurde zum Fernsehfußball auch fleißig gegrillt? Auch das haben wir versucht mit Abverkaufszahlen von Grillprodukten zu belegen (Grillfleisch, Holzkohle, Grillsaucen etc.). Interessanterweise zeigte sich weder zur EM noch zum Wetter in den vergangenen Monaten eine signifikante Korrelation. Einzig bei „Bratwurst“ zeigte sich ein ähnliches Bild wie beim Bier: Vatertag und Fußball-EM sind deutlich in den Abverkaufskurven zu erkennen.



Grafik 3: „Grillprodukte“ Die Grillsaison beginnt Anfang April, der verregnete Mai/Anfang Juni ist deutlich zu erkennen.

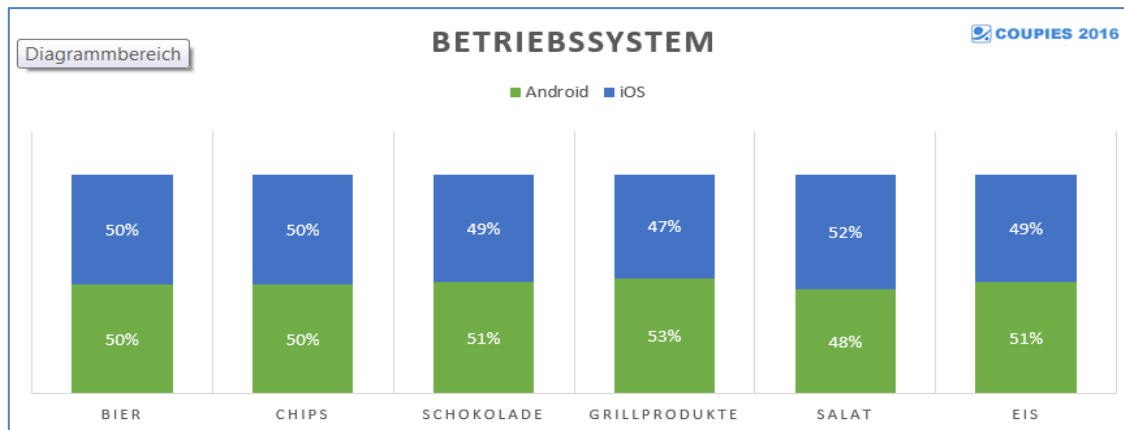


Grafik 4: „Bratwurst“

Android trinkt Bier, iPhone Prosecco?

Es kursieren im Internet viele Gerüchte, das sich iPhone User im Kaufverhalten von Android-Nutzern unterscheiden. „Wer 600€ für sein Smartphone ausgibt, der kauft auch sonst teure, edlere und bessere Produkte“. „Sushi-iPhone oder Popcorn-Android“ war eine vielbeachtete Headline, die (in den USA erhoben) stereotype Vorstellungen von iPhone- und Android-Nutzern zu bestätigen scheint.

Wir haben 16.000 Kassenbons der letzten zwei Wochen ausgewertet und sind zu einem überraschenden Ergebnis gekommen: Es gibt so gut wie keinen Unterschied zwischen iOS und Android-Nutzern – zumindest unter den gut 700.000 COUPIES-Nutzern in Deutschland.



Grafik 5: Keine Unterschiede im Kaufverhalten bei iPhone und Android-Nutzern

Egal wie der Kampf um den Fußball-Europameistertitel ausgehen wird. Am Tag darauf wird wieder eingekauft und der ewige Kampf um die Aufmerksamkeit der Kunden in den Supermärkten geht weiter. Wir wünschen Herstellern wie Händlern viel Erfolg dabei!

Seit 2013 ermöglicht COUPIES handelsübergreifendes Mobile Couponing mit der **Cashback-Mechanik** in der COUPIES-App. Der User kauft das beworbene Produkt, fotografiert als Kaufbeleg den Kassenbon und bekommt von COUPIES den Rabatt per Überweisung oder PayPal erstattet. Diese gezielte Bewerbung von FMCG-Produkten über Cashback-Coupons hat sich mittlerweile etabliert und wurde bereits in über 500 Kampagnen erfolgreich eingesetzt. Weitere Infos unter www.coupies.de und in den entsprechenden App-Stores. **Nie war Sparen einfacher!**

Über COUPIES:

COUPIES (www.coupies.de) bringt Rabatte und Coupons aufs Handy – immer dabei und überall einlösbar! COUPIES ist der führende Marktplatz für Mobile-Couponing im deutschsprachigen Raum. COUPIES vereint attraktive lokale Angebote und bundesweit einlösbare Coupons in einer mobilen Applikation. Drei Couponing-Varianten decken die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse ab: Cashback-Couponing (FMCG-Hersteller); Filial-Couponing (Einzelhändler und Filialisten) und Online-Couponing (Online Händler). Mit seinem Netzwerk an Reichweiten- und Vermarktungspartnern bietet COUPIES werbenden Unternehmen eine hohe mobile Reichweite und eine einzigartige Möglichkeit für die mobile Vermarktung von Angeboten und Rabatten.

Pressekontakt COUPIES GmbH

Thomas Engel
Hohenstaufenring 55, 50674 Köln
T +49 (0)221 990 401-10
www.coupies.de
tom.engel@coupies.de