



Juni 2015

Gutscheinstudie 2015

RetailMeNot



Studiendesign



Methode: Onlinebefragung im Ipsos Interactive Panel



Stichprobe: Deutschsprachige Internet-Nutzer im Alter von 18-64 Jahren, repräsentativ nach Alter, Geschlecht und Region

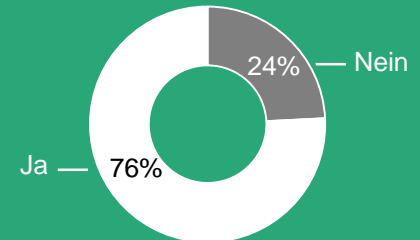
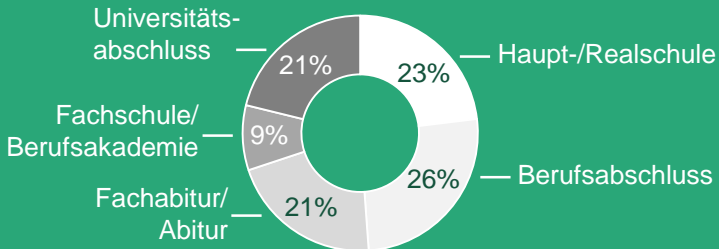
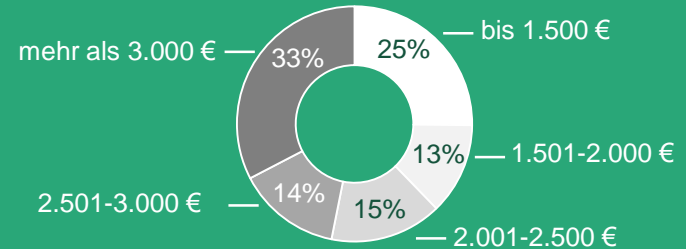
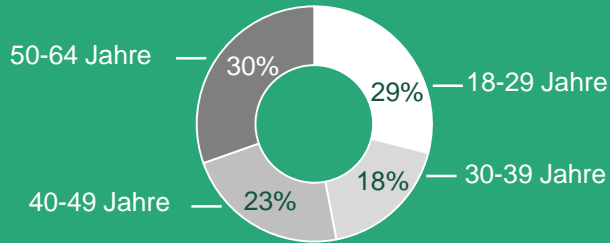
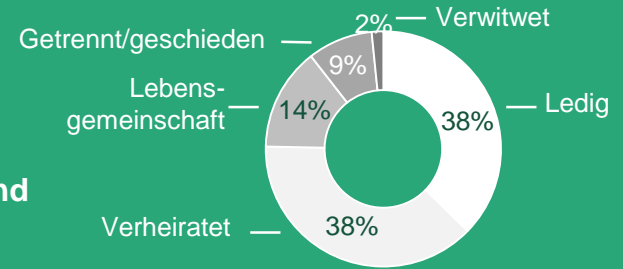
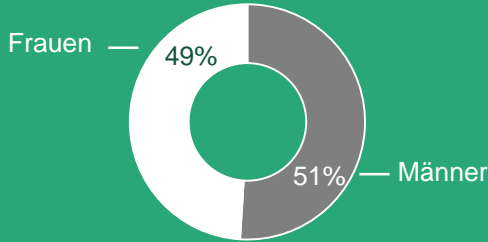


Stichprobengröße: 1.020 Befragte



Feldzeit: 21.-28.04.2015

Soziodemographie



* Basis: Befragte mit Angaben zum Einkommen n=858



1

Gutscheine & Gutscheincode- Webseiten

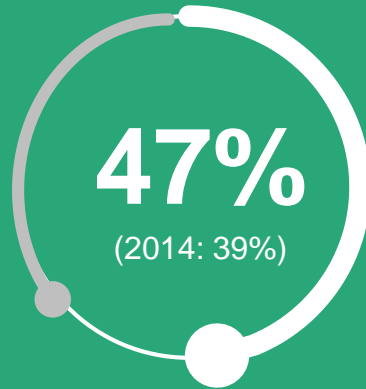


Bekanntheit, Nutzung und Potenzial von Gutschein-Webseiten



Hälfte der Online-Shopper nutzt Gutschein-Webseiten – ein Drittel kann es sich vorstellen

34%
können sich vorstellen
GutscheinCodes in
Zukunft zu nutzen

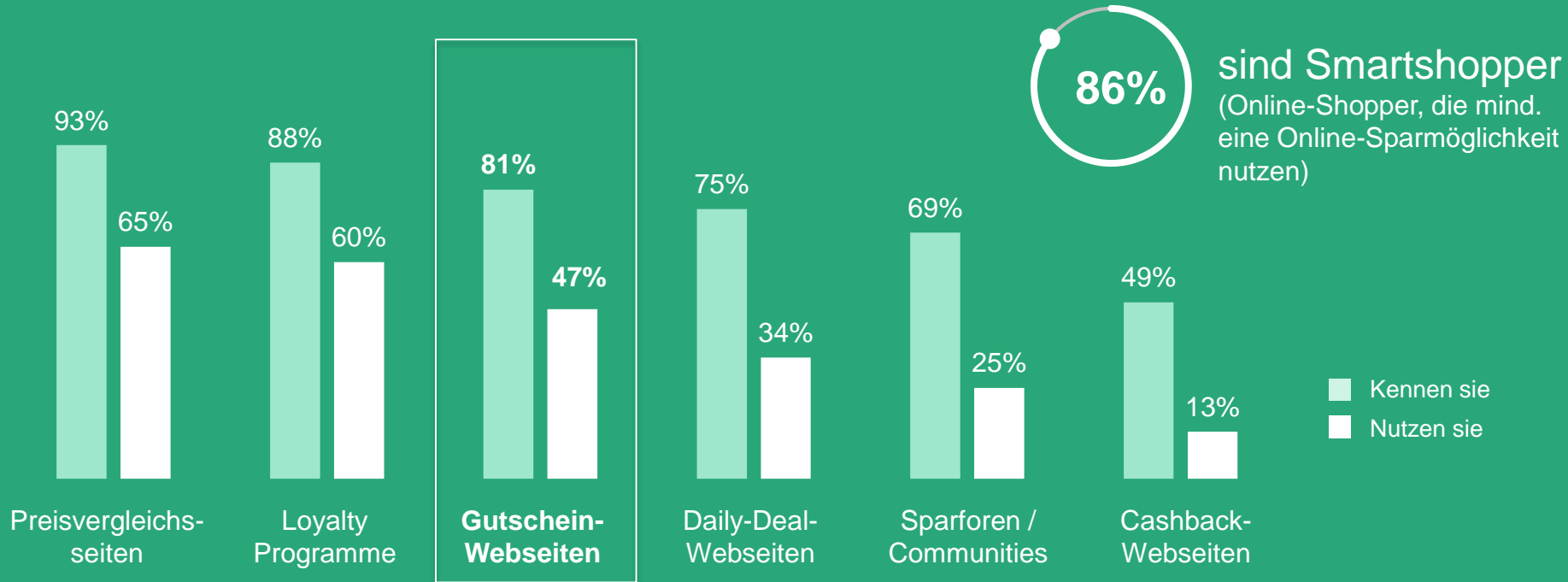


der Online-Shopper nutzen
Gutschein-Webseiten

42%
(2014: 29%)
der Gutscheinutzer
nutzen GutscheinCodes
mehr als 5x pro Jahr

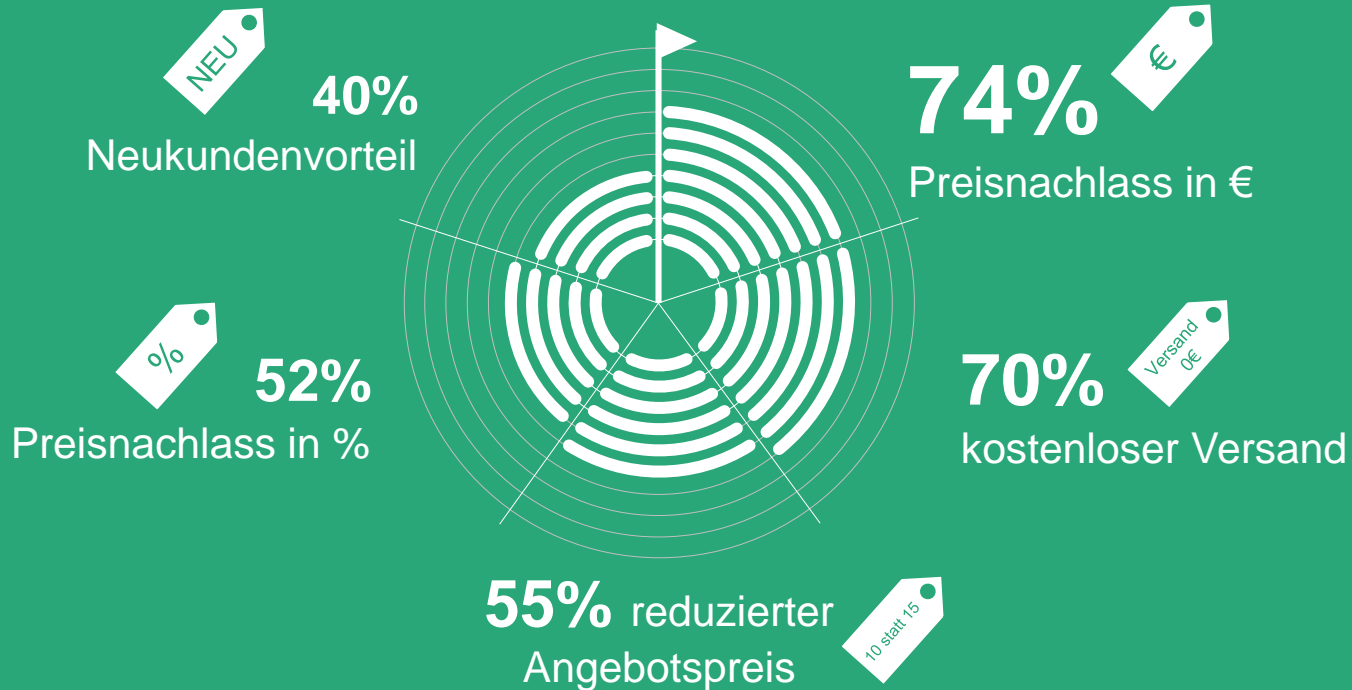
A green price tag icon with the text '>5x' written on it, positioned above the 42% statistic.

Coupon-Portale drittbeliebteste Adresse für Online-Angebote – nach Preisvergleich und Treueprogrammen der Händler





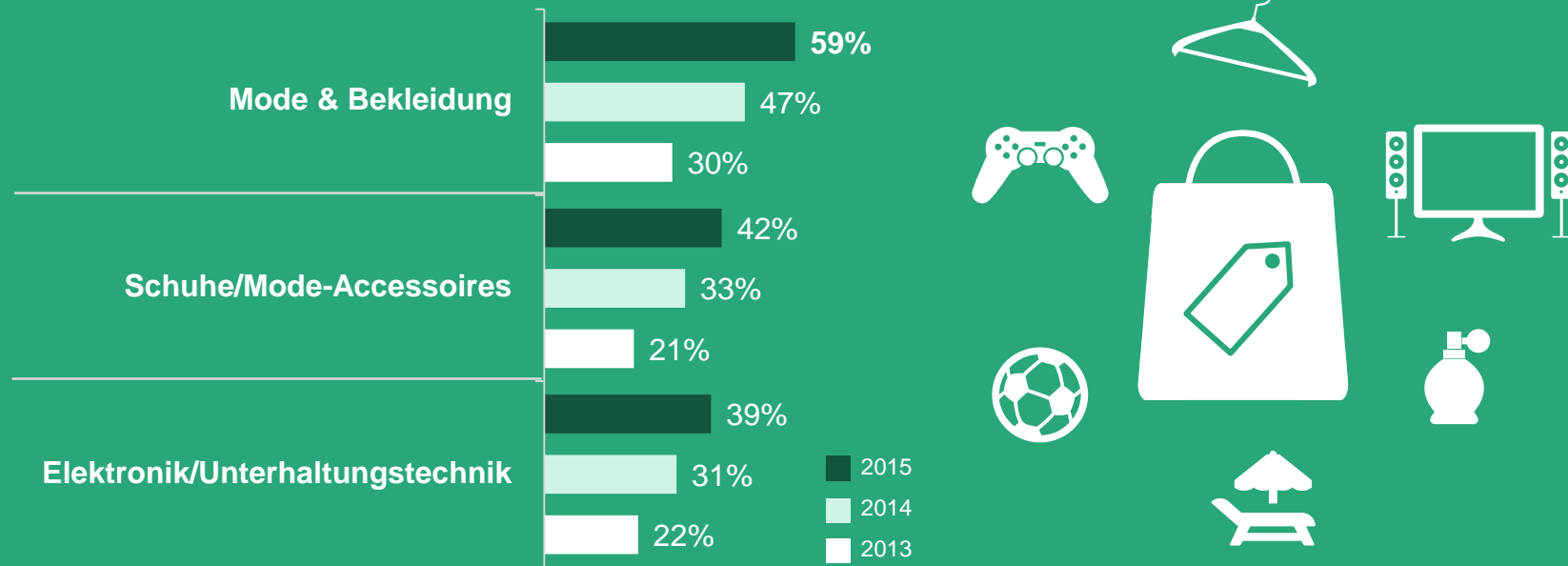
Preisnachlässe in Euro und kostenloser Versand sind beliebteste Sparvarianten





Starker Anstieg bei Gutscheinnutzung in den drei beliebtesten Produktkategorien – Mode weiter am beliebtesten

Beliebteste Produkte/Dienstleistungen unter Gutscheinnutzern – Top 3





2

Kundenbindung & Neukunden- gewinnung

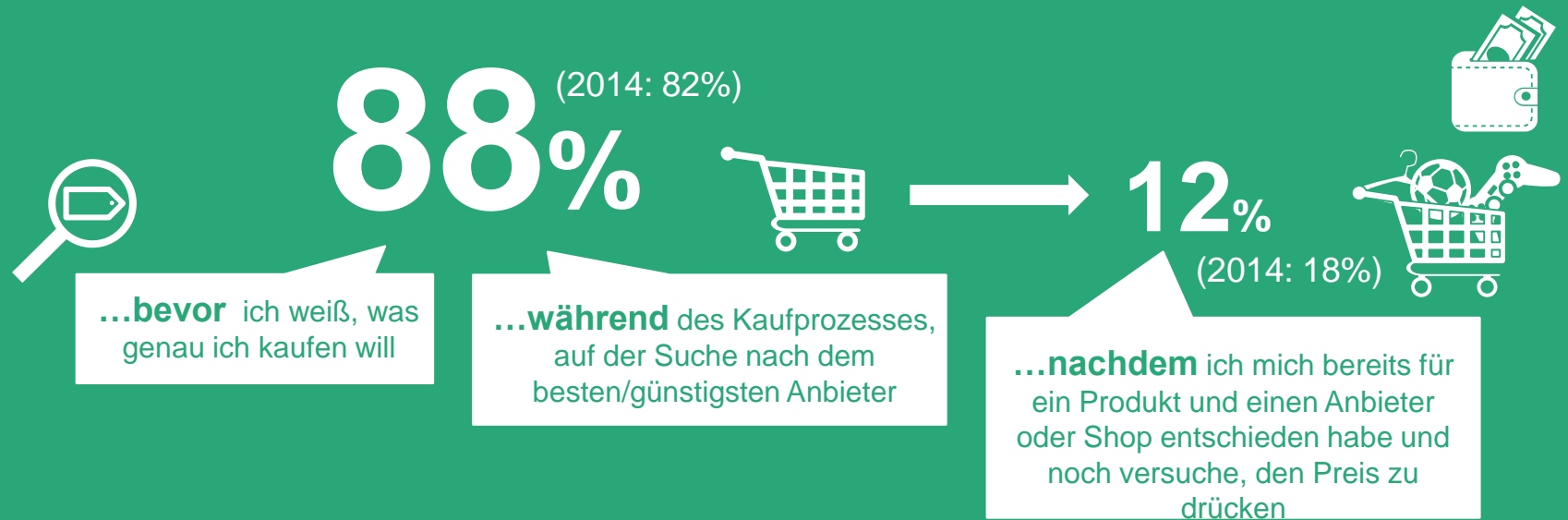


Gutscheincodes im Kaufprozess

Gutscheine mit starkem und steigendem Einfluss auf Kaufentscheidung – 9/10 suchen bei Produkt- und Shopwahl



Ich suche online nach Angeboten oder Gutscheinen ...



Gutscheinsuche für fast 2/3 zur Gewohnheit geworden – Gutscheincodes mit starkem Einfluss auf Kaufentscheidung



63%

der Online-Shopper **suchen**
grundsätzlich beim Online-Kauf
nach Gutscheincodes und anderen
Sparmöglichkeiten
(weibliche sogar 68%)



78%



der Gutschein-Webseiten-Nutzer
empfinden Gutscheinodes oder Rabatte
als **hilfreich** oder sogar
ausschlaggebend für die
Kaufentscheidung

Gutscheine beeinflussen Shopwahl, gewinnen Neukunden und steigern Absätze



72%

kaufen eher in einem Shop/bei einer Marke ein, wenn dort Gutscheine angeboten werden (62% aller Online-Shopper)



73%

würden aufgrund eines Gutscheins oder Rabatts in einem **neuen Shop/ bei einer neuen Marke einkaufen** (65% aller Online-Shopper)

70%

haben schon mal **mehr gekauft als geplant**, um den Mindestbestellwert eines Gutscheins zu erreichen (64% aller Online-Shopper)



Ausgeprägte Best-Deal-Mentalität bei Millennials: Gutscheinnutzung macht stolz, ermöglicht Lustkäufe – Gutscheinmangel führt zu Kaufabbrüchen

79%

sind **stolz**, wenn sie ein **Produkt zum bestmöglichen Preis kaufen**
(67% der 40-64-Jährigen)

66%

suchen grundsätzlich beim **Online-Kauf nach Gutscheincodes** und anderen Sparmöglichkeiten
(61% der 40-64-Jährigen)



51%

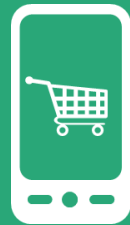
fühlen sich **weniger „schuldig“** bei **Lustkäufen** wenn sie **Rabatte oder Gutscheine nutzen**
(32% der 40-64-Jährigen)

45%

haben schon mal einen **Kauf aufgrund eines fehlenden passenden Gutscheins oder Rabatts abgebrochen**
(36% der 40-64-Jährigen)



APPENDIX



Profil: Online-Shopper



 39,7

sind im Schnitt knapp 40 Jahre alt

52/48



sind etwas männlicher

34%



nutzen Gutscheincodes
mehr als 5x pro Jahr

73%
der
Bevölkerung



43%

haben ein Haushaltsnetto-
einkommen von mehr als
2.500 €

70%



bevorzugen
Preisnachlässe in €



38%

haben Abitur oder einen
Hochschulabschluss



82%

nutzen ein
Smartphone


Profil: Mobile-Shopper




49/51 
sind etwas weiblicher


 35,9

sind im Schnitt knapp 36 Jahre alt


40% 
nutzen Gutscheincodes
mehr als 5x pro Jahr

33%
der
Bevölkerung

 52%
haben ein Haushaltsnetto-
einkommen von mehr als
2.500 €

73% 
bevorzugen
Preisnachlässe in €

 100%
nutzen ein
Smartphone


 42%
haben Abitur oder einen
Hochschulabschluss

Profil: Nutzer Gutschein-Webseiten





45/55 
sind etwas weiblicher

 39,4
sind im Schnitt 39 Jahre alt


42% 
nutzen Gutscheincodes
mehr als 5x pro Jahr

40%
der
Bevölkerung

 41%
haben ein Haushaltsnetto-
einkommen von mehr als
2.500 €

74% 
bevorzugen
Preisnachlässe in €

 82%
nutzen ein
Smartphone

 40%
haben Abitur oder einen
Hochschulabschluss