

GASTRONOMIE LOYALTY REPORT 2024

So denken
deine Kund:innen

Offizieller
DACH-Report



hello
again.

×

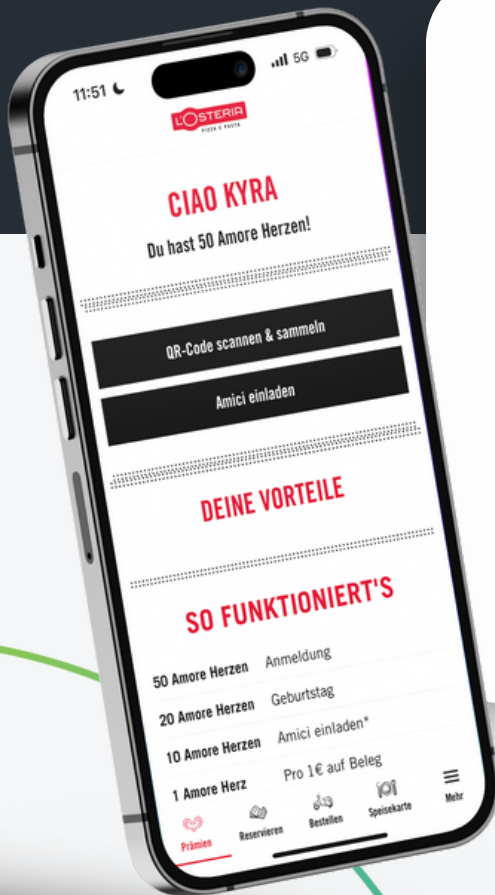
HANDELS
VERBAND

In Zusammenarbeit mit dem Handelsverband Österreich



94,8%

der Befragten finden
**Kundenbindungsprogramme in
der Gastronomiebranche
attraktiv.**



AMICI CLUB

Die L'Osteria zeigt vor, wie digitale Kundenbindung in der Gastronomie aussehen kann. Und das mit ganz viel Amore!



**Über
44%**

regelmäßig aktive
App User pro
Monat



**4,9
Sterne**

Durchschnittsbewertung
der App in den App
Stores



**200.000
Einkäufe**

in Verbindung
mit der App

36,1%



der Befragten **konsumieren mehr**,
seit der Nutzung eines
Kundenbindungsprogramms.



Kaufverhalten in der Gastronomie

Wöchentliche Informationen

83,8 %

möchten mind. 1x pro Woche
über Neuigkeiten des
Gastronomieunternehmens
informiert werden.

Angebote in der App



40,2 %

möchten durch eine App des
Gastronomieunternehmens über
saisonale Angebote informiert
werden.

Kundenbindungsprogramme in der Gastronomie

Kundenpräferenz



65,1 %

der befragten Personen
besuchen lieber ein
Gastronomieunternehmen,
welches ein Kundenbindungs-
programm anbietet.

Ermäßigungen



50,2 %

geben an, Ermäßigungen auf
beliebte Gerichte in
Kundenbindungsprogrammen
besonders ansprechend zu
finden.

Wie häufig möchten Sie von Unternehmen über Angebote und Neuigkeiten informiert werden? (n=235)

Wie möchten Sie von Unternehmen, bei denen Sie zumindest fallweise einkaufen, über Angebote und Neuigkeiten informiert werden? (n=249)

Wenn Sie an Kunden-Bonusprogramme der Branche "Gastronomie" denken - welcher der folgenden Aussagen stimmen sie jeweils zu? (n=249)

Welche Vorteile/Belohnungen wären für Sie bei Kunden-Bonusprogrammen der Branche "Gastronomie" besonders attraktiv? (n=249)

Digitale Kundenbindungsprogramme in der Gastronomie

Digitale Programme



**Mehr als
ein Viertel**

bevorzugt ein Gastronomieunternehmen mit einem digitalen Kundenbindungsprogramm.

App statt Karte



53 %

sehen es als Vorteil, das Smartphone immer dabei zu haben, im Vergleich zur physischen Kundenkarte.



Teuerung in der Gastronomie

Nutzung seit Teuerung

42,2%

der Befragten nutzen Kundenbindungsprogramme seit der Teuerung häufiger.

Unterstützung beim Sparen



88,7%

geben an, sich in Zeiten der Teuerung durch Kundenbindungsprogramme beim Sparen unterstützt zu fühlen.

Wenn Sie an Kunden-Bonusprogramme der Branche "Gastronomie" denken - welcher der folgenden Aussagen stimmen sie jeweils zu? (n=249)
Inwieweit haben die derzeitigen Teuerungen Ihre Nutzung von Kunden-Bonusprogrammen beeinflusst, im Vergleich zu vor 5 Jahren? (n=249)
Wo sehen Sie ganz generell die Vorteile von digitalen Kunden-Bonusprogrammen gegenüber physischen Kunden-Bonusprogrammen? (n=249)
Inwieweit unterstützen Sie Kunden-Bonusprogramme Ihrer Meinung nach, in Zeiten der Teuerung bestmöglich zu sparen? (n=249)

Kundenfeedback, aus der Gastronomiebranche



John Schlüter

VP Marketing & Communications
der FR L'Osteria SE



"Die Digitalisierung in der Gastronomie ist unaufhaltsam, denn die Kundinnen und Kunden bevorzugen ganz klar eine digitale Kundenbindungslösung."

"Vorteile hat das für beide Seiten, denn auch die Gastronomen selbst lernen ihre Kundinnen und Kunden nicht nur genauer kennen, sondern können sie auch besser an ihr Unternehmen binden. Das führt zu einer erhöhten Besucherfrequenz, höhere Ausgaben pro Gast und die Möglichkeit die Kundinnen und Kunden für ihre Treue zu belohnen."



**ZUSAMMEN
GEFASST**

Umstiegswahrscheinlichkeit

8 von 10



würden lieber eine digitale Lösung
nutzen, wenn es eine geben würde!

Angenommen es gäbe für Ihre physische Kunden-Bonusprogramme auch eine digitale Alternative
(z.B. App mit Kunden-Account). Würden Sie auf eine digitale Lösung umsteigen? (n=216)



Baue dir jetzt in 60 Sekunden
deine eigene Demo-App!
Jetzt kostenlos testen!



Wir teilen gerne persönliche
Insights bei einem
unverbindlichen Gespräch.
Jetzt kontaktieren!