

Webinar

Dein Deep Dive in die Kundenbindung: Der DACH Loyalty Report 2026

22. April 2026





Johanna Mayr
Fachlead Brand &
Communication



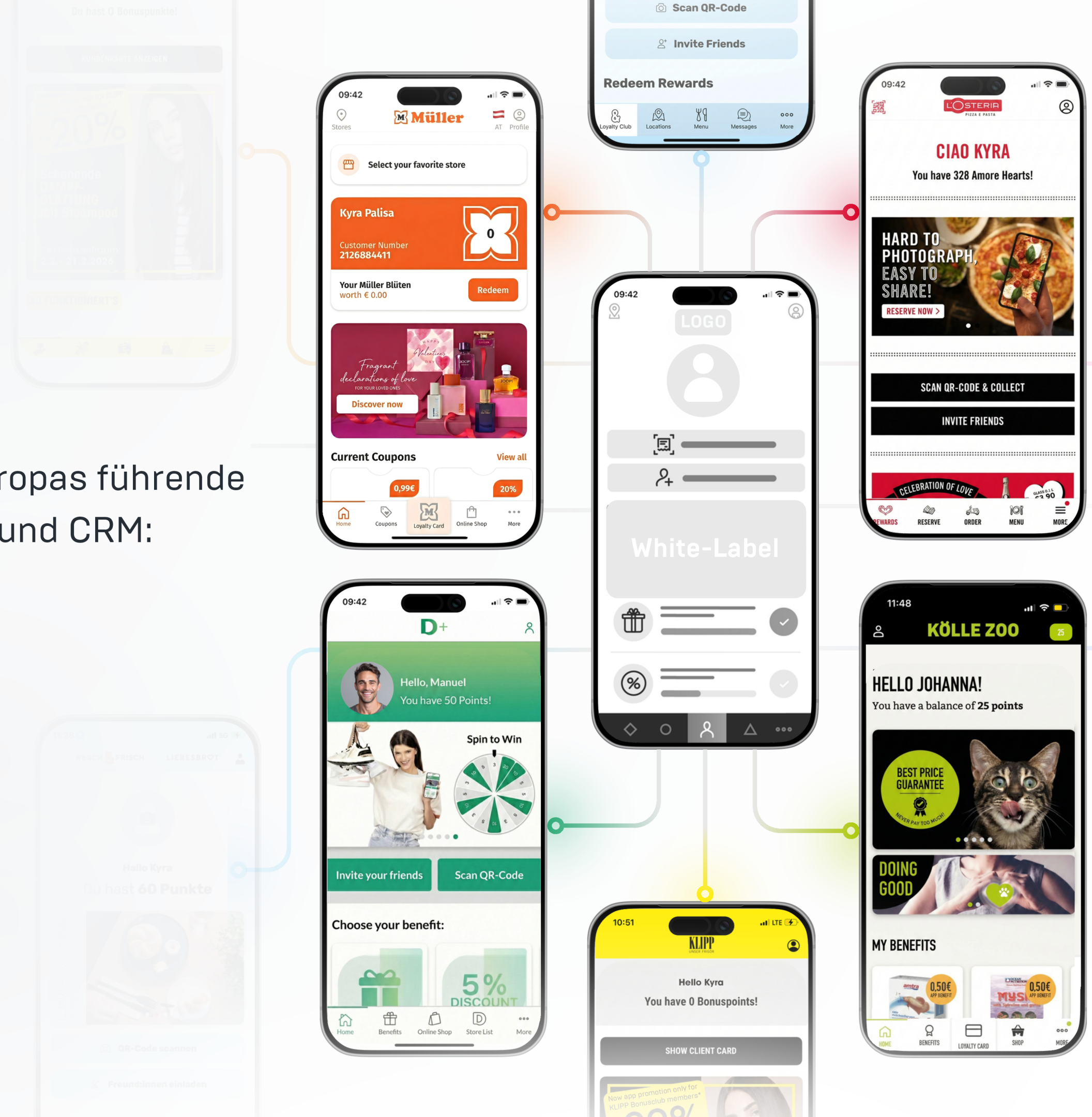
Alexa Graf
Content Marketing
Managerin





hello again entwickelt seit > 10 Jahren Europas führende Kundenbindungslösung mit eigener **App** und CRM:

- ✓ Steigerung der Kundenloyalität
- ✓ Direkte Kommunikation
- ✓ Aktivierung von neuen Kund:innen
- ✓ Nutzung von lokalen Kundenvorteilen





Umfrage

Aus welcher Branche bist du?

Der Loyalty Report 2026

Deep Dive in die Kundenbindung im DACH-Raum



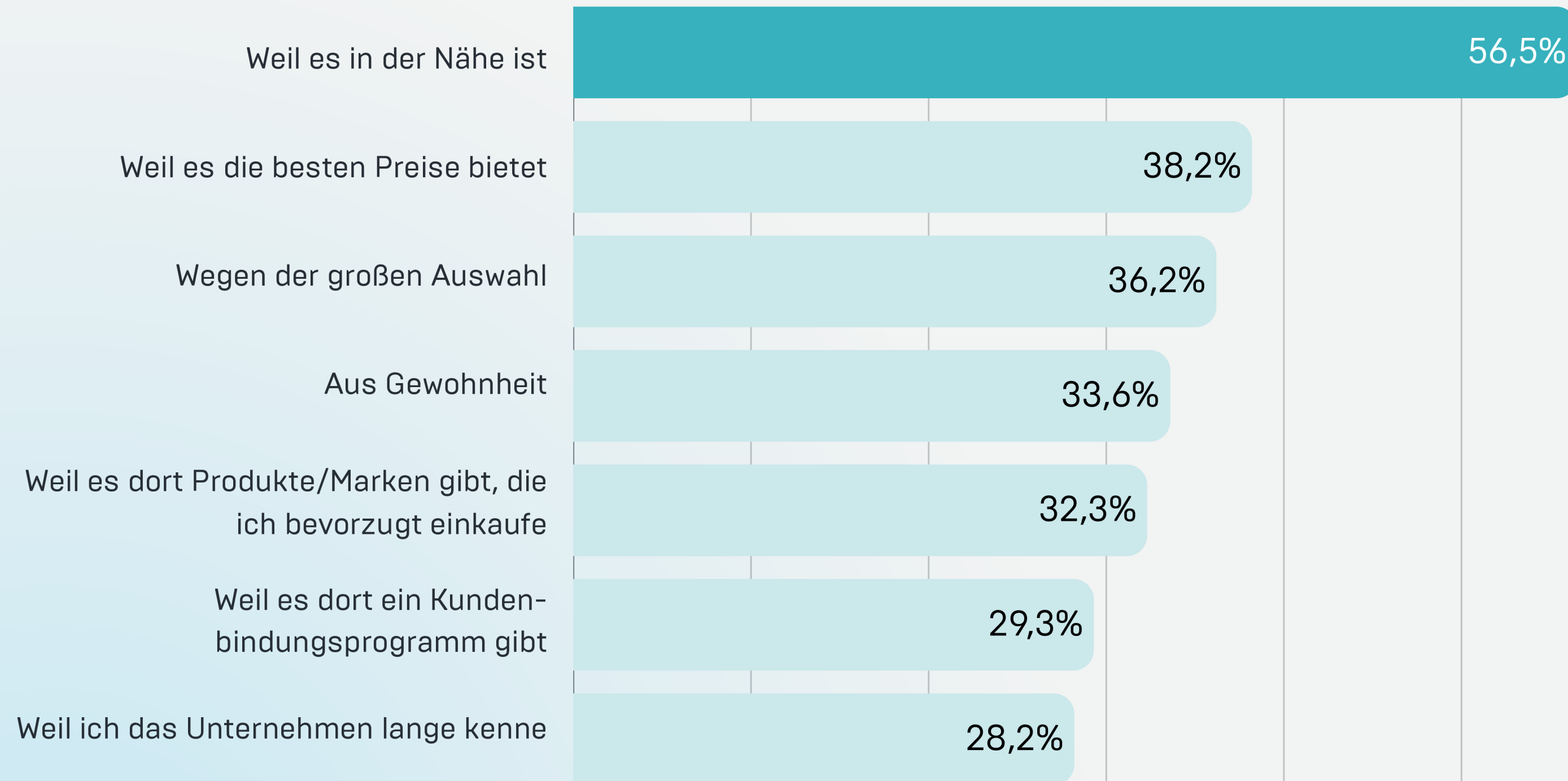
Jetzt neu!
Exklusive B2B-
Einblicke.



- ✓ **Erhebungszeitraum:**
Dezember 2025
- ✓ **Sample:**
2.000 Befragte in Deutschland, Österreich & Schweiz
- ✓ **Kernzielgruppe:**
Deutsche, Österreicher:innen und Schweizer:innen im Alter zwischen 18 und 65 Jahren
- ✓ **Sample-Aufteilung:**
DE: 1.000, AUT: 500, CH: 500

Warum kaufen Menschen häufig
bei denselben Unternehmen ein?

Gründe für **häufige** Einkäufe



Menschen sind „Gewohnheitstiere“

56,5%

kaufen häufig in demselben Geschäft ein, weil es **in der Nähe** ist.

36–38%

wegen der **Produktauswahl** und weil es die **besten Preise** bietet.

33,6%

besuchen nur aus **Gewohnheit** ihr Stammgeschäft.

ABER

56,0%

der Konsument:innen **nehmen** für ein Geschäft **einen Umweg in Kauf**, wenn es ein **Bonusprogramm** hat.

27,9%

geben Kund:innen im Schnitt freiwillig mehr aus, seitdem sie Bonusprogramme nutzen.

Wie schafft man das
als Unternehmen?

Unternehmen schaffen das, indem sie...

1. ... regelmäßig präsent und sichtbar bleiben.
2. ... gewünschtes Verhalten sofort belohnen. (Instant Gratification)
3. ... spielerische Anreize statt nur Rabatte schaffen. (Gamification)
4. ... Kund:innen ein gutes Gefühl mitgeben. (Personalisierung)
5. ... den Einkauf zu einem besonderen Erlebnis machen.
6. ... ein Gefühl von Zugehörigkeit erzeugen.
7. ... Fortschritt sichtbar machen.
8. ... unerwartet und ohne Bedingung schenken.
9. ... den Wert des Erreichten spürbar machen.
10. ... Kund:innen selbst entscheiden lassen.



Schätzfrage

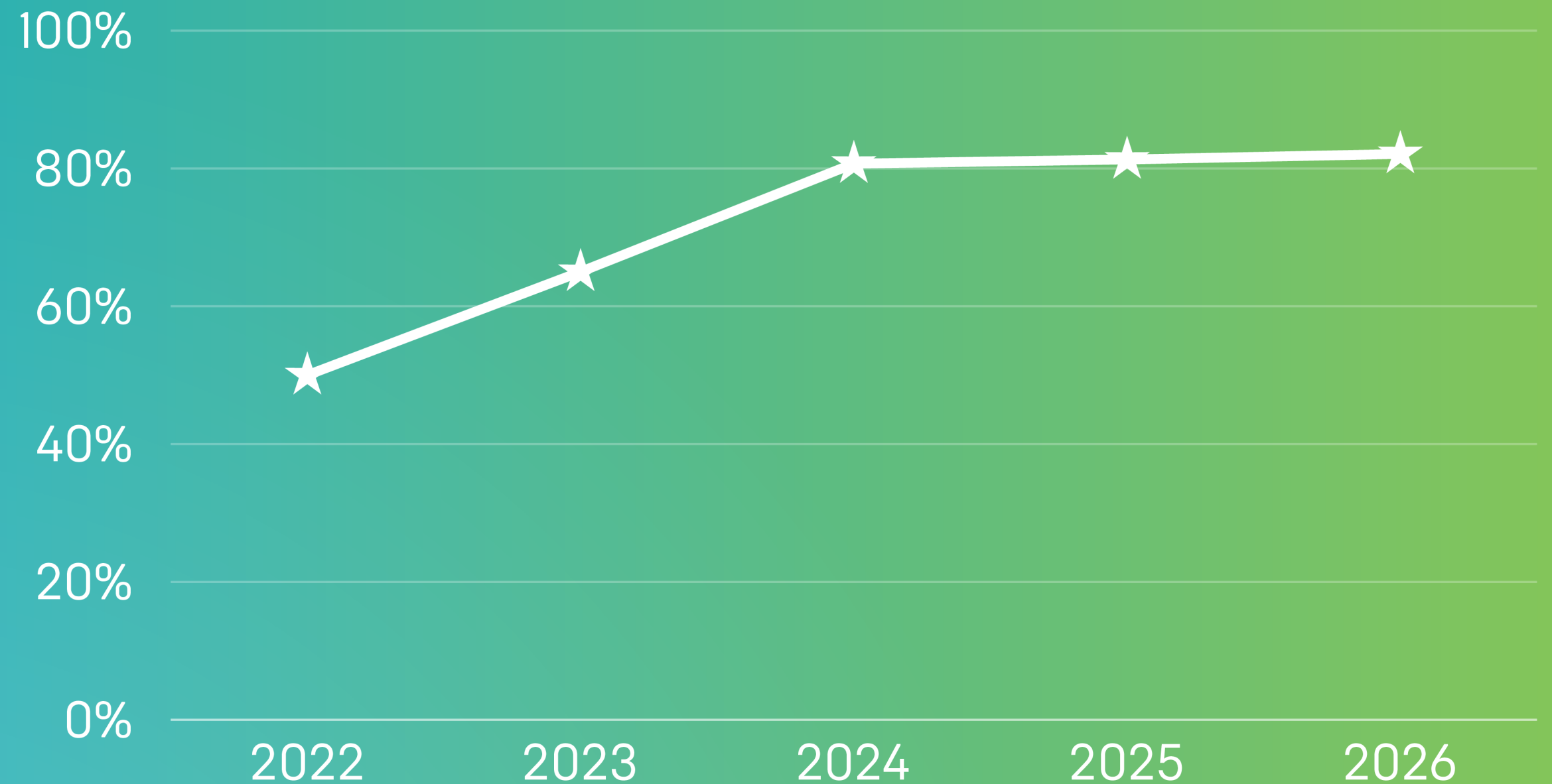
Wie oft wollen deine/eure Kund:innen über Neuigkeiten und Angebote informiert werden?

Wie häufig wollen Kund:innen informiert werden?

82,1%

der Kund:innen wollen **min. 1x pro Woche** über Angebote und Neuigkeiten informiert werden.

+ 30% seit 2022



Wie häufig wollen Kund:innen in verschiedenen Branchen informiert werden?



Bäckereien & Konditoreien

54,4 % möchten **min. 1x/Woche** informiert werden

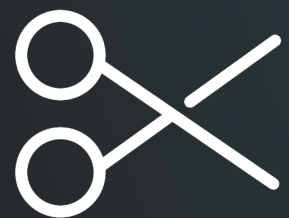
32,7 % möchten **nur 1-2x/Monat** informiert werden



Gastronomie

36,4 % möchten **min. 1x/Woche** informiert werden

49,7 % möchten **nur 1-2x/Monat** informiert werden



Dienstleistungen

27,0 % möchten **min. 1x/Woche** informiert werden

32,6 % möchten **nur 1-2x/Monat** informiert werden



Handel

31,7 % möchten **min. 1x/Woche** informiert werden

31,3 % möchten **nur 1-2x/Monat** informiert werden

Wo Kundentreue
ungenutzte
Chancen schafft

Branche	Attraktivität	Nutzung
Geschäfte des täglichen Bedarfs	75,30%	60,20%
Einkaufszentren bzw. Regionen/Städte	54,60%	19,80%
Bäckereien und Konditoreien	53,30%	19,90%
Modehandel/Bekleidung	52,10%	29,20%
Apotheken	50,20%	23,80%
Gastronomie (z. B. Restaurant, Disco)	48,80%	13,00%
Dienstleistungsbetriebe (Beautybranche)	47,70%	12,30%
Freizeitaktivitäten (z. B. Fitnesscenter, Kino)	45,60%	12,30%
Möbel- und Einrichtungshandel	40,30%	21,30%
Bau- und Gartenbedarf	38,90%	15,60%
Sporthandel	38,10%	11,50%
Tourismus (z. B. Hotelkette)	37,60%	12,00%

73,8%

der Konsument:innen würden auf
ein digitales Bonusprogramm umsteigen.

Trends in der Kundenbindung

Instant Gratification

82,4%

erwarten Belohnungen, die **sofort einlösbar** sind.

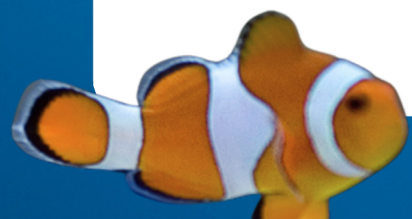
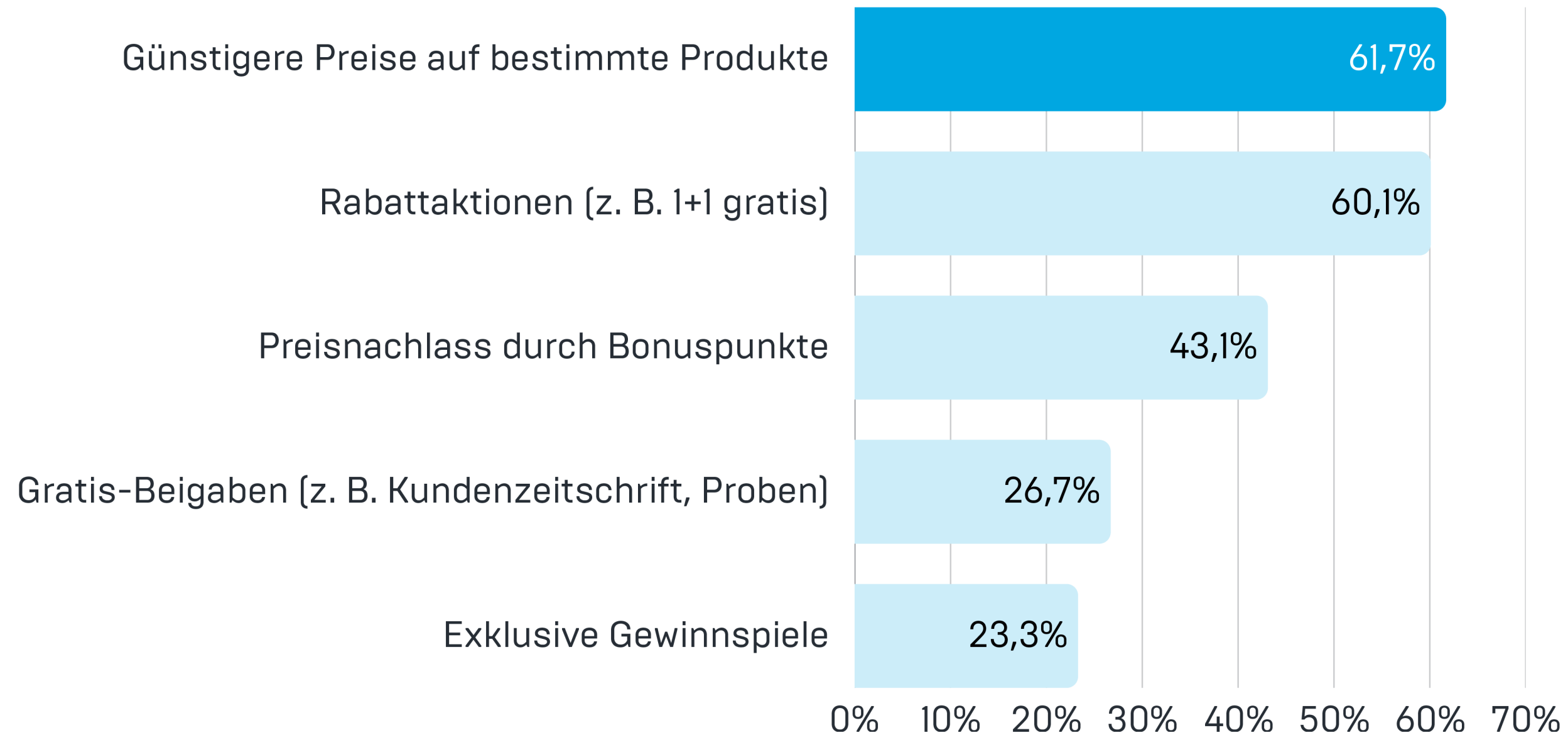
Je schneller und einfacher die Vorteile, desto höher die Motivation, erneut etwas zu kaufen.

Instant Gratification in der Stadtbäckerei Kühl

- Der entscheidende Hebel: **App-Download** → **Gratiskaffee**.
- Die sofortige Belohnung hat die **größte Hürde beseitigt**: den ersten Download.
- Maskottchen „Krümel“ auf allen Touchpoints machte die App sichtbar, aber der Gratiskaffee hat sie auf die Smartphones gebracht.
- Klassisches **Instant Gratification**: Die Belohnung kam vor dem ersten Einkauf – hat aus Interessierten sofort aktive Nutzer:innen gemacht.
- **+200 % Anmelderate** in der App in nur 6 Monaten und deutliche Steigerung der Bekanntheit durch Empfehlungen



Die attraktivsten Vorteile 2026




Personalisierung

61%


der Konsument:innen erwarten personalisierte und individuell auf sie zugeschnittene Angebote.

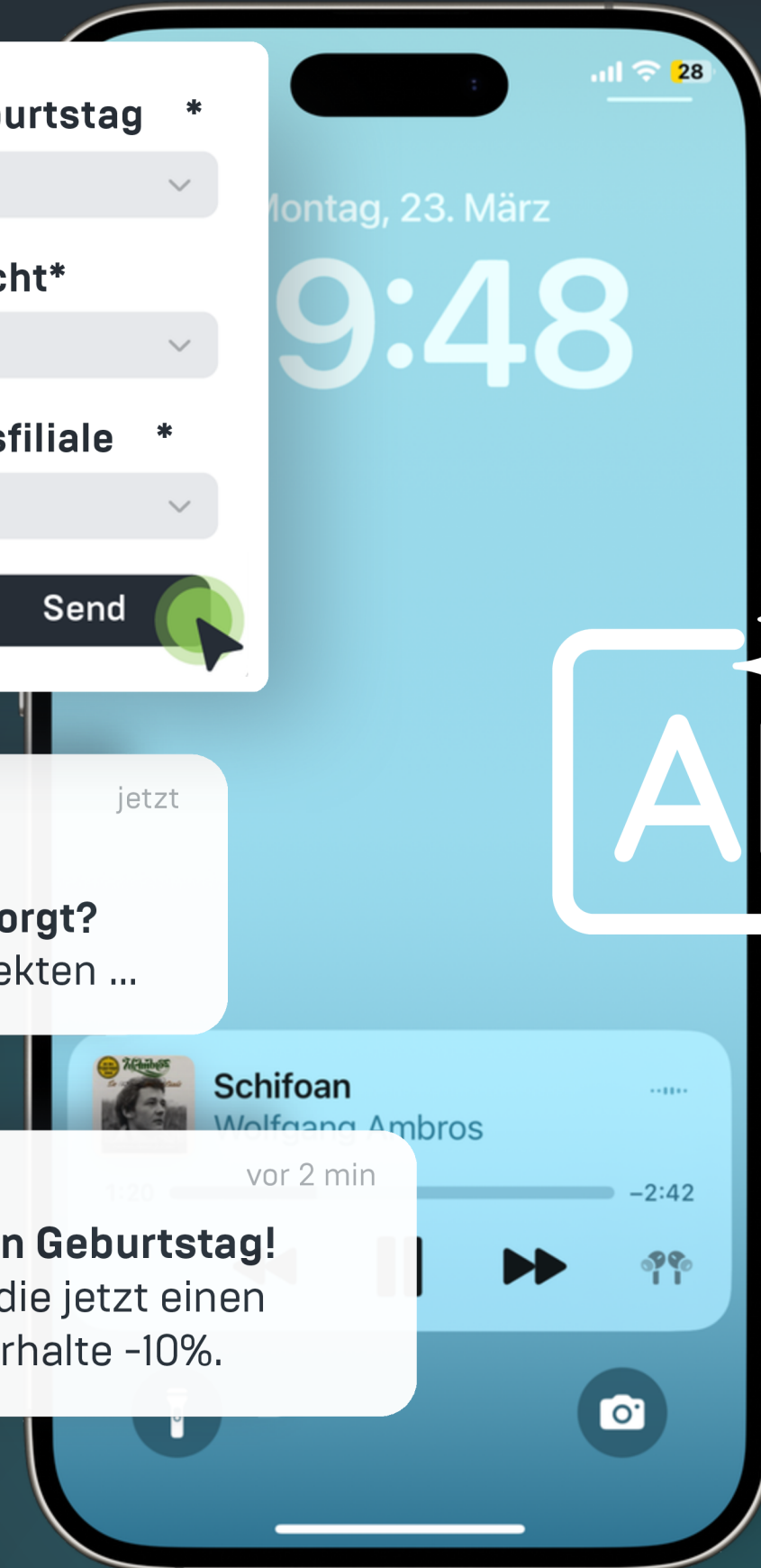
Dein Geburtstag *
▼
Geschlecht*
▼
Lieblingsfiliale *
▼
Send

News jetzt

 **Schon ein Muttertagsgeschenk besorgt?**
Wir haben den perfekten ...

News vor 2 min

 **Bald ist dein Geburtstag!**
Reserviere die jetzt einen Tisch und erhalte -10%.



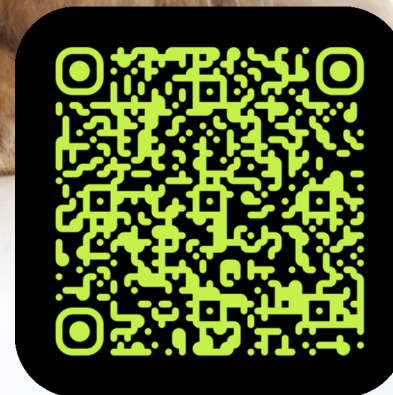
Was heißt das?

- Mit **Namen** ansprechen (macht jede Nachricht persönlicher).
- Zum **Geburtstag** gratulieren und ein kleines Geschenk schicken (Wertschätzung).
- An den nächsten **Termin** erinnern.
- **Kund:innen aktiv zurückholen**, wenn sie länger nicht da waren: „Wir vermissen dich! Komm diese Woche vorbei und sichere dir 20 % auf dein Lieblingsgericht.“
- Auf individuelle **Vorlieben** und **Kaufverhalten** eingehen (z. B. Vegetarier:innen → Vorteile für vegetarische Angebote) = Relevanz
- Den richtigen **Zeitpunkt** treffen.
- Den bevorzugten **Kanal** nutzen (manche wollen Push-Nachrichten, andere lieber E-Mails).





Personalisierung bei Kölle Zoo



- „Mein Tier-Bereich“ in der App: Tierbesitzer:innen bekommen **individuelle Angebote**, passend zu ihrem Haustier (Inhalt & Frequenz)
- **Daten** werden von Kund:innen selbst angegeben oder beim Kauf erfasst. (Wichtig: **Datennutzung** und **Vorteil klar und transparent kommunizieren.**)
- **Rabatte werden personalisiert:** Wer oft kommt, bekommt Frequenzbelohnungen. Wer viel kauft, profitiert über den Umsatz.
- Ergebnis: **Nachrichten, die sich nach Service anfühlen** statt nach Werbung .



Gamification

43,3%

nutzen ein
Spieleangebot gerne
oder sehr gerne.

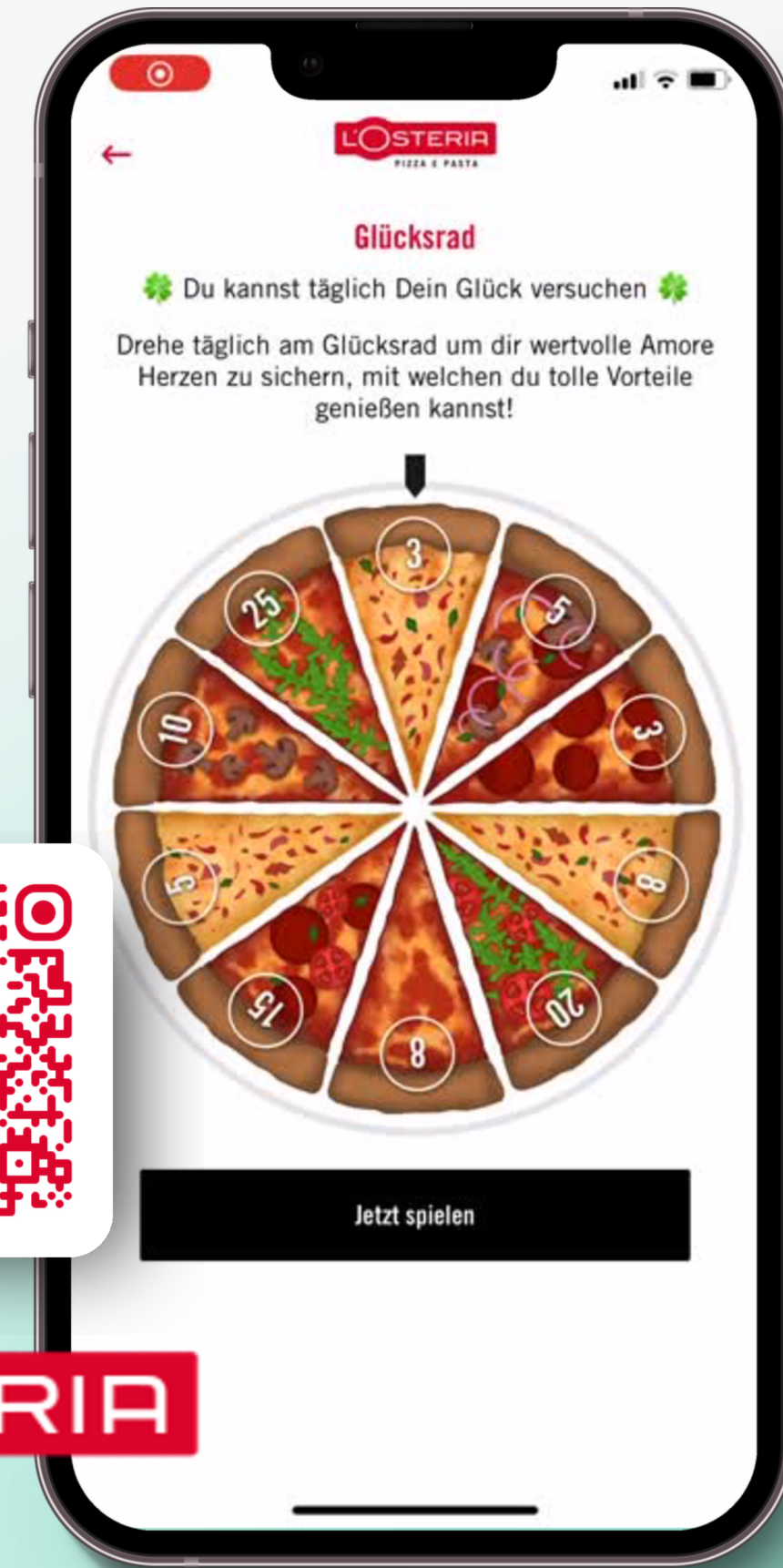
Gamification

- Digitales **Glücksrad** oder **Rubbellos** in der App
- **Stempelkarte digital** denken u. Fortschritt sichtbar machen, z. B. „Noch 2 Besuche bis zu deinem Gratis-Kaffee.“ → Sichtbarer Fortschritt motiviert, auch wenn der materielle Vorteil klein ist.
- **Besuchsserien** belohnen
- **Saisonale Aktionen** starten (z. B. digitale Oster-eiersuche, Adventskalender)
- **Mystery Rewards** (z. B. „Ab Morgen wartet eine gratis Überraschung in deiner App. Schalte sie bei deinem nächsten Einkauf frei!“) → Neugier bringt Kund:innen in den Laden.
- **Einfach halten** (wenn jemand zu viel nachdenken muss, ist das Spiel verloren.)



Gamification bei L'Osteria

- **Pizza-Glücksrad** in der App: **200.000 Drehungen** in nur einem Monat.
- Über **1,5 Millionen erspielte Amore-Herzen**
- **Empfehlungen an Freund:innen** stiegen um **237 % in der ersten Woche** → Kund:innen wurden zu Markenbotschaftern.
- **13 % mehr gescannte Belege** im Restaurant: Das Spiel hat den Besuch verlängert und die App-Nutzung im Alltag verankert.



B2B Einblicke



Umfrage

Schickst du/schickt dein Unternehmen
Kund:innen personalisierte Infos?

Zwischen Bauchgefühl und **Datenlage**

Kommunikation: Gefühl vs. Realität

- › **63,6%** der Unternehmen glauben, dass es ausreicht, Kund:innen **1x pro Woche** zu informieren.
- › Tatsächlich wünschen sich **82,1%** der Kund:innen mindestens **1x pro Woche Informationen** zu Angeboten und Neuigkeiten.

Personalisierung: Anspruch vs. Umsetzung

- › **66,0%** der Unternehmen versenden **ausschließlich identische** oder nur **vereinzelt personalisierte Nachrichten**.
- › **61,0%** der Kund:innen erwarten aber **personalisierte, individuell auf sie zugeschnittene Angebote**.

Der Expectation Gap zeigt:

Unternehmen **erkennen viele Trends** richtig, **unterschätzen** jedoch häufig die **Intensität der Kundenerwartungen**.

Wer **genau hinhört, regelmäßig und relevant kommuniziert** und **neue Formate** wie Gamification gezielt einsetzt, kann diese Lücke schließen und **Kundenbindung deutlich wirksamer** gestalten.



Loyalty Report 2026 Highlights

Personalisierung



61,0%

erwarten auf sie **persönlich zugeschnittene** Angebote und Informationen.

Kaufverhalten



27,9%

geben Kund:innen im Schnitt **mehr aus**, seitdem sie Kundenbindungsprogramme nutzen.

Umstieg



73,8%

würden auf eine **digitale Lösung umsteigen**, wenn es eine geben würde.

Information



82,1%

möchten mindestens **1x pro Woche** informiert werden.



Hier geht's zum
kostenlosen
Download



Die Branchen- reports 2026 sind da!





Fragen & Antworten