



# OC&C-SCHLAGLICHT

## NR. 1

DEZEMBER 2011

## Groupon-Nutzer sind zufrieden!

# OC&C-SCHLAGLICHT NR. 1: GROUPON-NUTZER SIND ZUFRIEDEN

Der weltweite Vormarsch von Schnäppchen-Gutscheinportalen und insbesondere von Marktführer Groupon sorgt derzeit für Gesprächsstoff in allen Medien. Allerdings mehren sich auch kritische Stimmen von unzufriedenen Händlern, welche die „Schnäppchen-Mentalität“ und geringe Loyalität von Käufern anprangern, aber auch von Konsumenten, die sich bei der Gutschein-Einlösung als „Kunden 2. Klasse fühlen“.

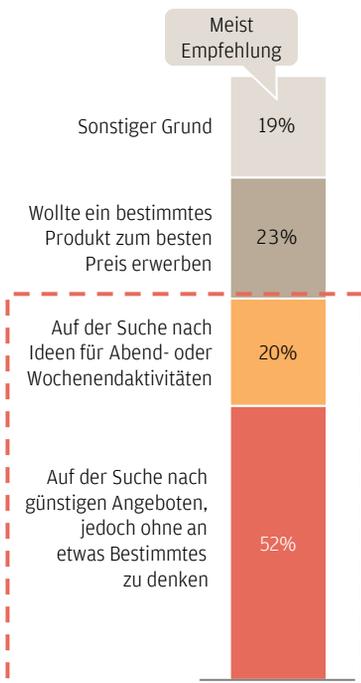
In einer deutschlandweiten Umfrage unter 400 Groupon-Nutzern hat OC&C Strategy Consultants die verschiedenen Vorurteile untersucht. Das Fazit der Analyse ist eindeutig: Groupon-Nutzer sind zufriedene Nutzer und geben oft deutlich mehr aus als den reinen Gutscheinwert. Daher bietet das Gutscheingeschäft für Händler trotz aller Probleme nicht nur gute Ansatzpunkte für ein Yield Management, sondern kann ein wirksames Instrument zur Kundengewinnung und -bindung sein.

Düsseldorf, 1. Dezember 2011. In einer Studie mit 400 Groupon-Käufern hat OC&C Strategy Consultants die Motivation und Kaufgründe, die Zufriedenheit mit den Angeboten und Händlern sowie das Nutzungs- und Kaufverhalten untersucht. Im Wesentlichen hat die Umfrage vier große Erkenntnisse gebracht, die wir auf den folgenden Seiten beleuchten.

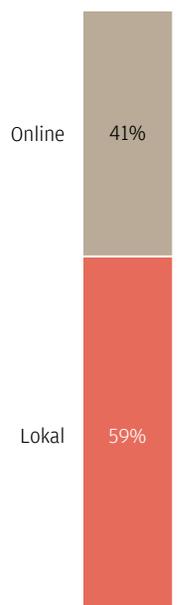
# GROUPON-KÄUFER SIND (LOKALE) SCHNÄPPCHEN-JÄGER

Der Großteil der 400 befragten Kunden sind Impulskäufer, die von den günstigen Angeboten angezogen wurden - 52% der Befragten von Produktangeboten und weitere 20% von Angeboten für Freizeitaktivitäten. Interessant ist die Tatsache, dass ein Großteil der gekauften Deals im lokalen Umfeld stattgefunden hat (59%) und Kunden bereit waren, neue Händler außerhalb ihres traditionellen Einkaufsumfeldes auszuprobieren (59%). Fast 65% der genutzten Geschäfte waren dem Käufer vor dem Groupon Deal nicht bekannt.

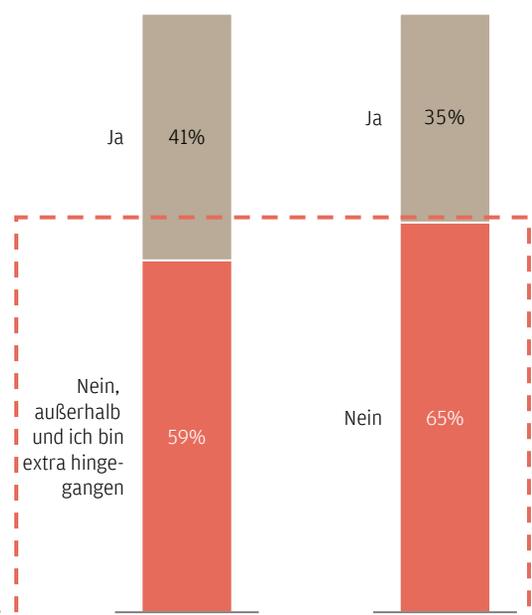
Aus welchem Grund haben Sie Groupon zum ersten Mal benutzt?¹



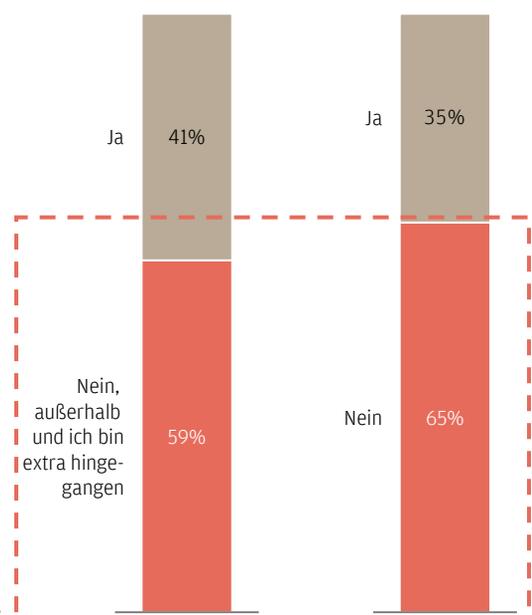
War das Geschäft ein Online-Shop oder lokal ansässig?



Lag das Geschäft / der Anbieter in Ihrem gewöhnlichen Einkaufsgebiet?



Haben Sie das jeweilige Geschäft bereits vor Ihrem ersten Groupon-Kauf besucht?

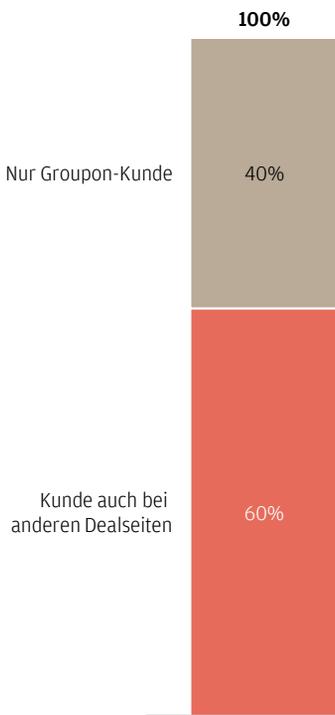


1. Mehrfachnennungen möglich

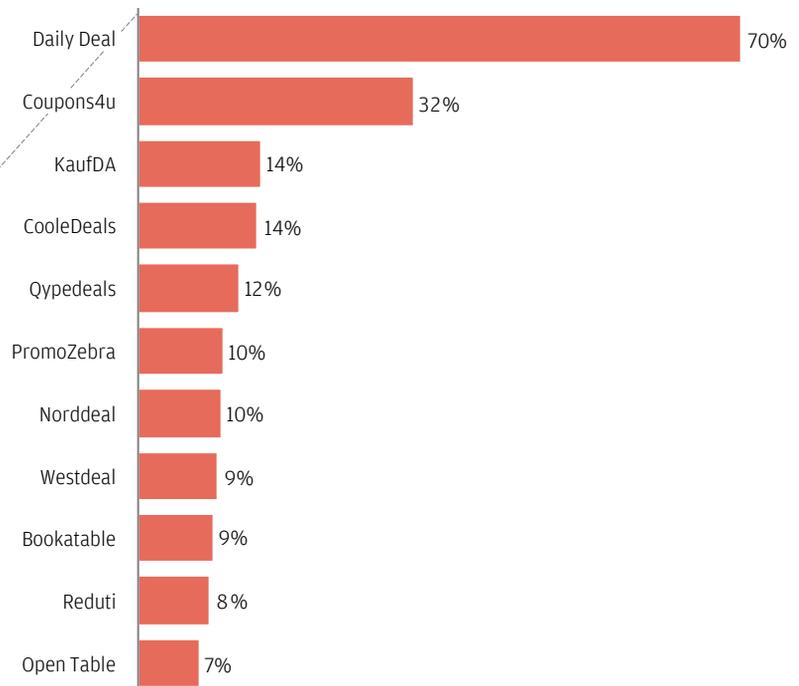
# GROUPON-KÄUFER SIND (LOKALE) SCHNÄPPCHEN-JÄGER (FORTS.)

Fast 60% der Befragten nutzt zusätzlich mindestens eine andere Deal-Seite (insbesondere Daily Deal), was die „Schnäppchen-Natur“ der Kunden unterstreicht.

Aktivitäten von Groupon-Kunden



Mitgliedschaften von Mehrfachkunden<sup>1</sup>



1. N=239; Mehrfachnennungen möglich

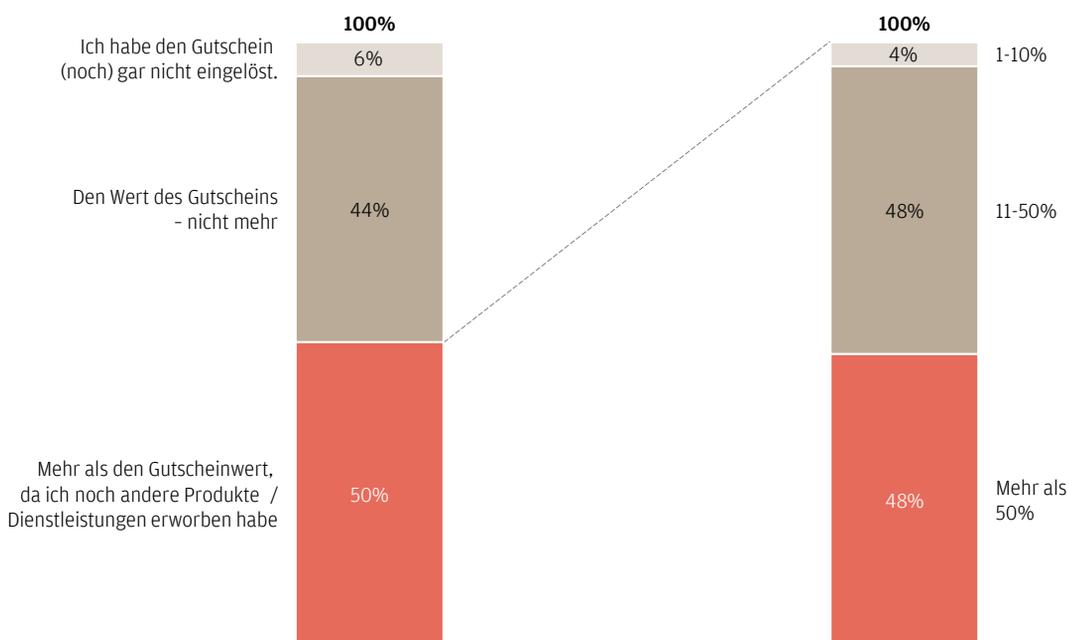
**FAZIT:** Groupon-Käufer sind angebotsgetrieben und durchaus bereit, neue Händler / Geschäfte auszuprobieren, auch abseits der typischen Einkaufsbereiche.

# GROUPON-KÄUFER GENERIEREN UMSATZ ÜBER DAS ANGEBOT HINAUS

Die Hälfte der Befragten gab an, bei der Einlösung des Gutscheines noch andere Produkte und Dienstleistungen erworben zu haben - 48% dieser Nutzer generierten mehr als 50% zusätzlichen Umsatz über den eigentlichen Gutscheinwert hinaus, weitere 48% immerhin noch zwischen 11-50% zusätzlichen Umsatz.

Wie viel haben Sie bei der Einlösung Ihres ersten Groupon-Gutscheins ausgegeben?

Wie viel mehr als den ursprünglichen Wert des Gutscheins haben Sie bei der Einlösung in etwa ausgegeben?

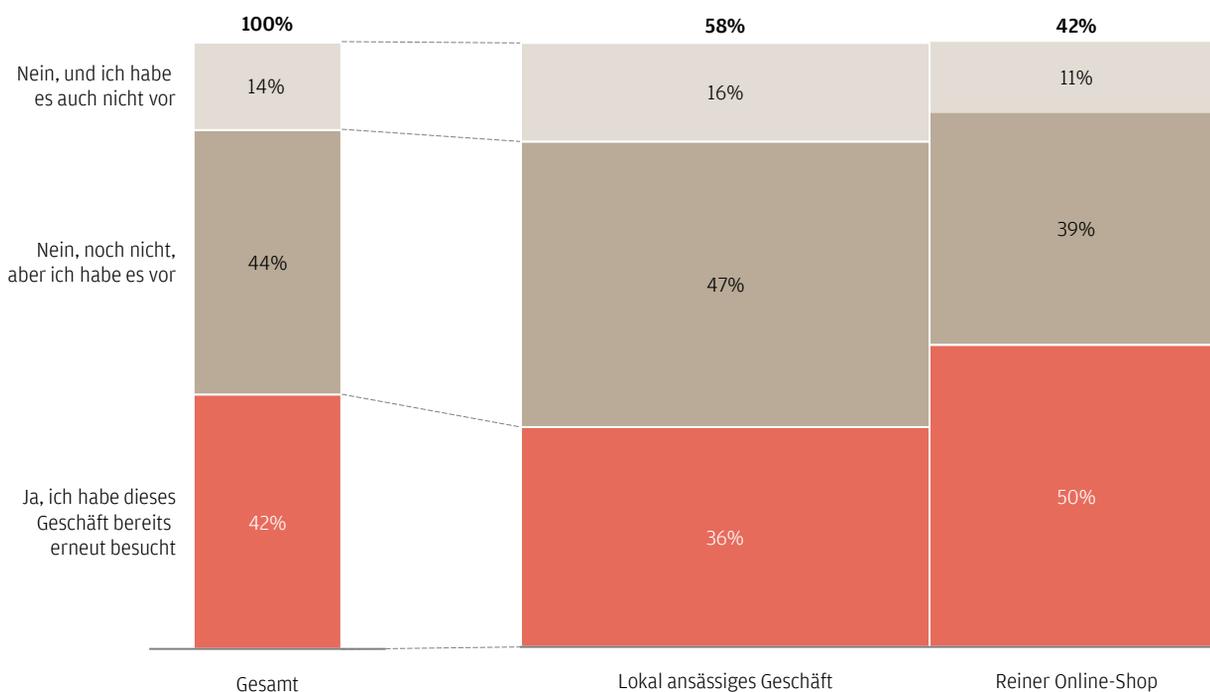


**FAZIT:** Groupon-Käufer sind zwar Schnäppchenjäger, aber durchaus bereit, weitere Dienstleistungen und Produkte zu kaufen - für Geschäfte und Dienstleister trotz Provisionsabgabe an Groupon ein potenziell lukratives Kundensegment.

# GROUPON-KÄUFER SIND LOYALE NUTZER

42% der Befragten haben nach ihrem Gutschein-Kauf das jeweilige Geschäft wieder besucht, weitere 44% planen dies. Ein klares Indiz, dass ein erfolgreicher Groupon-Deal auch „Wiederholungstäter“ generieren kann.

Haben Sie das Geschäft bzw. den Anbieter, bei dem Sie Ihren ersten Groupon-Gutschein eingelöst haben, im Nachhinein erneut besucht oder planen Sie, dies zu tun?

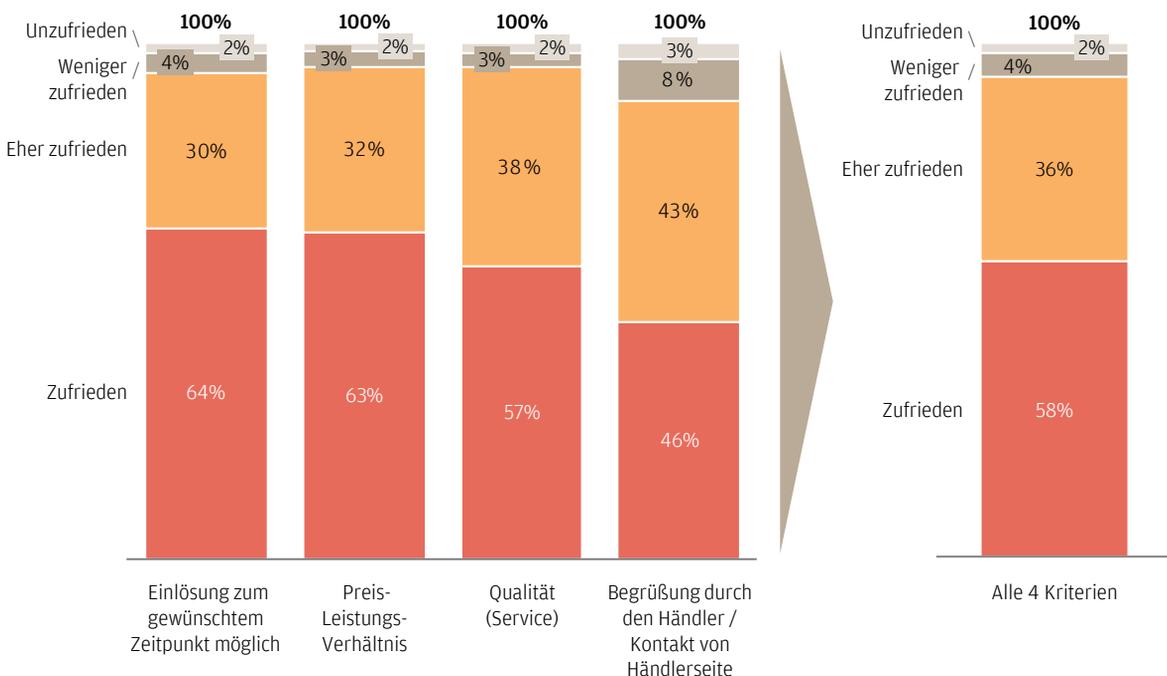


**FAZIT:** Groupon-Käufer sind keine „Eintagsfliegen“ – die Funktion von Groupon zur Generierung von Neukunden und das Potenzial zur Schaffung einer loyalen Kundenbasis sind deutlich gegeben.

# IN SUMME SIND Groupon-NUTZER ZUFRIEDENE NUTZER

Insgesamt hat die Umfrage gezeigt, dass Groupon-Nutzer in Summe zufrieden sind: Insbesondere in den Kriterien Einlösbarkeit der Gutscheine, Preis-Leistungs-Verhältnis und Service-Qualität waren ca. 60% der Kunden „zufrieden“ und ca. 30% immer noch „eher zufrieden“. Allein im Bereich der Händlerbegrüßung fällt die Bewertung leicht ab, ist aber insgesamt immer noch sehr hoch.

Zufriedenheitsgrad bei Groupon-Kunden  
In %



**FAZIT:** Händler sollten die Chance aktiv nutzen und insbesondere die Kundenansprache und -kommunikation verbessern. Wie die Studie zeigt, können Groupon-Nutzer durchaus werthaltig **und** loyal sein!

OC&C Strategy Consultants entwickelt in enger Zusammenarbeit mit seinen Klienten innovative und umsetzbare Lösungen für anspruchsvolle strategische Fragestellungen. OC&C wurde 1987 gegründet und ist heute in Europa, Nordamerika und Asien präsent.

OC&C arbeitet international mit namhaften Unternehmen und Investoren zusammen, die sowohl in etablierten als auch in neuen, schnell wachsenden Märkten eine Führungsrolle behaupten oder anstreben. In Deutschland konzentriert sich OC&C auf die Branchen Handel, Medien und Telekommunikation, Konsumgüter, Bauwirtschaft sowie auf das Private Equity-Geschäft und ist an den Standorten Düsseldorf und Hamburg vertreten.

Weitere Informationen über OC&C Strategy Consultants finden Sie unter [www.occstrategy.de](http://www.occstrategy.de)

**Schlaglicht@occstrategy.de**