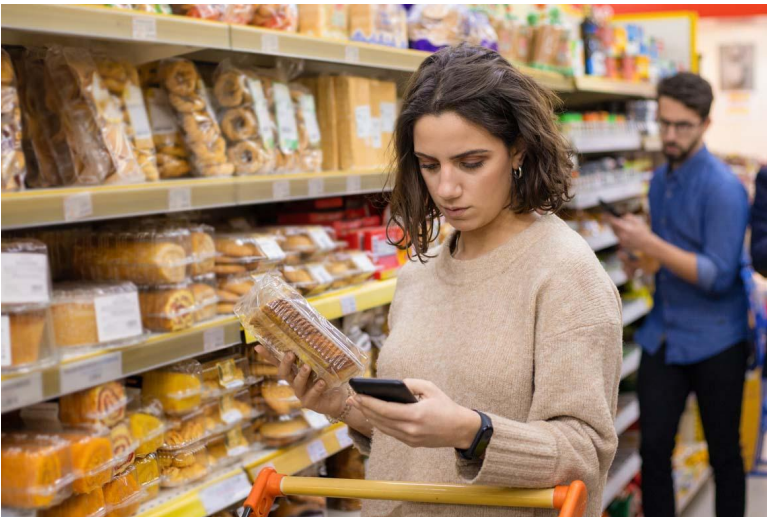


Supermarkt-Apps: Wie gut sind die Angebote wirklich?

Rabatte per App sind praktisch, doch die beworbenen Lebensmittel sind oft unausgewogen. Eine Auswertung zeigt: In den Apps werden besonders häufig hochverarbeitete und ernährungsphysiologisch weniger günstige Produkte beworben.



© istock.com/MangoStar_Studio

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Supermarkt-Apps bewerben überwiegend hochverarbeitete und weniger ausgewogene Lebensmittel.
2. Preisnachlässe konzentrieren sich häufig auf Produkte mit einer eher schlechten Nährwertqualität.

3. Frische Lebensmittel wie Obst und Gemüse sind deutlich seltener Teil der Angebote und Werbehinweise.

Stand: 07.09.2026

Rabatte, Coupons und personalisierte Angebote direkt aufs Smartphone: Supermarkt-Apps sind für viele ein fester Bestandteil des Einkaufs geworden. Sie versprechen günstige Preise und eine einfache Planung. Doch die Auswahl der beworbenen Produkte ist alles andere als neutral. Was in den Apps sichtbar ist, folgt klaren Mustern und diese haben Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten. Ein zentrales Element sind Preisnachlässe. Viele Produkte werden gezielt als Angebot hervorgehoben. Das beeinflusst das Kaufverhalten: Rabatte erhöhen die Aufmerksamkeit und verleiten dazu, Dinge zu kaufen, die ursprünglich nicht geplant waren.

Für eine Masterarbeit an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg) wurden zwischen Ende Oktober 2024 und Ende Dezember 2024 die App-Angebote von sechs großen Lebensmittelhändlern in Deutschland ausgewertet. Untersucht haben die Studierenden unter anderem den Verarbeitungsgrad und die Nährwertqualität der beworbenen Produkte.

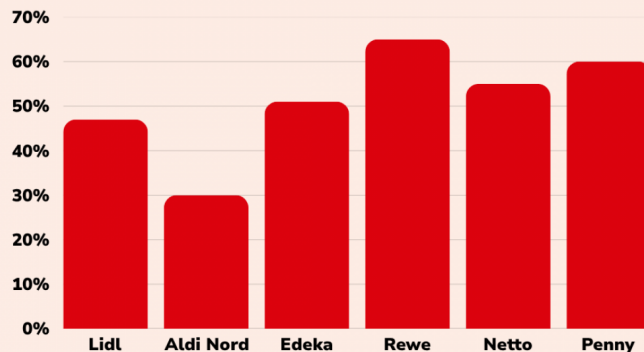
Süßes, Snacks und Fertigprodukte im Fokus

Ein Blick in die Angebote zeigt schnell, welche Produkte dominieren:

- Süßigkeiten, Snacks und hochverarbeitete Lebensmittel stehen häufig im Mittelpunkt, insbesondere bei jüngeren Zielgruppen.
- Getränke und Milchprodukte werden regelmäßig hervorgehoben.
- Frische Lebensmittel wie Obst und Gemüse tauchen deutlich seltener auf.

Damit unterscheiden sich die Apps kaum von klassischen Werbeprospekten, nur dass sie noch gezielter eingesetzt werden können.

Anteil an Werbung für hochverarbeitete Lebensmittel



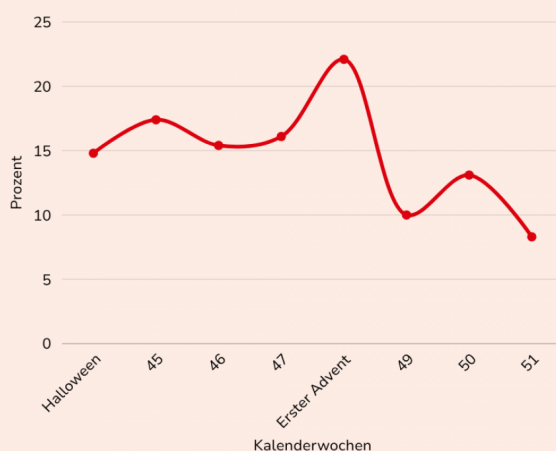
Datenerhebung in 6 Supermarkt Apps von Ende Oktober bis Ende Dezember 2024 (9 Wochen)



© Verbraucherzentrale Hamburg

Vor allem Süßigkeiten, Zucker und Schokolade stehen hoch im Kurs. Die Werbung für diese Warengruppe schwankt im Herbst und in der Adventszeit. Rund um Halloween liegt ihr Anteil in den Apps deutlich höher. Zum ersten Advent steigt er meist noch einmal deutlich an. Die Händler passen ihre Angebote also gezielt an besondere Anlässe an.

Anteil an Werbung für Süßwaren in Apps



Datenerhebung in 6 Supermarkt Apps von Ende Oktober bis Ende Dezember 2024 (9 Wochen)



Darüber folgen viele Werbeangebote einem Wochenrhythmus. Bestimmte Produkte werden beispielsweise als „Wochenendangebot“ gekennzeichnet, um die Aufmerksamkeit der Kundinnen und Kunden genau dorthin zu lenken und ihre Kaufentscheidung zu beeinflussen.

Was hochverarbeitete Lebensmittel ausmacht

Zu hochverarbeiteten Lebensmitteln zählen beispielsweise viele Fertiggerichte, Softdrinks und Süßwaren. Sie werden industriell hergestellt und enthalten häufig zahlreiche Zutaten sowie Stoffe, die in der heimischen Küche kaum verwendet werden. Dazu können etwa modifizierte Stärken, Aromen, Emulgatoren oder bestimmte Zusatzstoffe gehören. Auch schlechte Nährwertprofile deuten auf hochverarbeitete Produkte hin.

Was für eine ausgewogene Ernährung nur eingeschränkt geeignet ist, bietet aus Sicht der Hersteller und des Handels klare Vorteile: Diese Produkte sind in der Regel standardisierbar, lassen sich gut lagern und sind lange haltbar.

Digitale Angebote beeinflussen den Alltag

Supermarkt-Apps sind mehr als nur digitale Prospekte. Sie begleiten Menschen direkt beim Einkauf, oft mehrmals pro Woche. Welche Produkte dabei hervorgehoben werden, beeinflusst Entscheidungen im Alltag. Anders als klassische Werbeprospekte können Apps Verbraucherinnen und Verbraucher unmittelbar beim Einkauf erreichen und Angebote gezielt ausspielen.

Eine Online-Befragung des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv) zur Nutzung von Supermarkt-Apps zeigte, dass rund zwei Drittel der Befragten zusätzliche Käufe tätigen, um von Rabattaktionen und Angeboten der Apps profitieren zu können.

Auch wenn es um Angebote geht, ist Geldsparen hierbei oft nicht garantiert. Die Angebote verleiten zu „Spontankäufen“, wodurch am Ende Produkte im Einkaufswagen liegen, die gar nicht gebraucht werden.

UNSER RAT

Supermarkt-Apps erleichtern den Einkauf, lenken die Aufmerksamkeit aber auf ganz bestimmte Produkte. Wer sich an den Angeboten orientiert, kauft häufiger hochverarbeitete und weniger ausgewogene Lebensmittel. Wir raten daher:

- Planen Sie Ihren Einkauf unabhängig von App-Angeboten und machen sich einen Einkaufszettel.
- Lassen Sie sich nicht allein von Rabatten leiten.
- Greifen Sie bewusst zu frischen und wenig verarbeiteten Lebensmitteln.
- Prüfen Sie Produkte unabhängig von ihrer Platzierung in der App.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/supermarkt-apps-wie-gut-sind-die-angebote-wirklich>