

# Wer reich ist, soll beim Einkaufen für gleiche Produkte mehr bezahlen

Computer analysieren das Kaufverhalten der Kunden und passen die Preise laufend an

Die grossen Detailhändler setzen neu auf individuelle Rabatte.

Damit wollen sie ihre Umsätze steigern.

*Marco Metzler*

Die Zeiten, als alle im Laden gleich viel für ein Produkt bezahlten, sind vorbei. Im September hat die Migros in sämtlichen Filialen der Genossenschaften Zürich, Aare und Genf ein Pilotprojekt gestartet, bei dem Cumulus-Kunden personalisierte Rabatte erhalten. Diese werden auf der Basis ihres Einkaufsverhaltens berechnet. Die Coupons seien besonders «relevant», heisst es bei der Migros. Wer nur ab und zu Kaffee-Kapseln kauft, erhält an der Kasse oder in der App einen Rabatt für den nächsten Kapsel-Kauf. «Die ersten Erfahrungen zeigen, dass dies von unseren Kunden sehr geschätzt wird», sagt ein Sprecher.

Dass die Strategie funktioniert, bestätigt die Firma Prudsys, deren Software für dynamische Preissetzung etwa bei Coop eingesetzt wird.

Mit solchen Systemen lägen Ertragssteigerungen von bis zu acht Prozent drin. Personalisierte Rabatte werden dazu führen, dass es weniger Aktionen im Laden selbst geben wird, von denen alle profitieren. Wer ein Produkt sowieso regelmässig kauft, bezahlt den vollen Preis. Den Kunden mit Kundenkarten schickt der Händler personalisierte Rabatte auf die App. Bei Herrn Keller reichen dann fünf Prozent, damit er Pralinen kauft; Frau Huber greift erst bei zwanzig Prozent zu. Im Hintergrund rechnen Programme laufend aus, wie viel ein Kunde für einen Artikel zu bezahlen bereit ist. Weil er nichts davon erfährt, kann er sich auch nicht darüber aufregen.

Der Trend zu personalisierten Preisen ist im Online-Handel noch

stärker. Dort können von kaufkräftigeren Kunden höhere Preise verlangt werden; auch werden ihnen günstige Angebote vorenthalten. Dies kritisiert Konsumentenschützerin Sara Stalder: «Beides ist nicht akzeptabel.» Sie fordert, dass Anbieter prominent deklarieren müssen, wenn sie auf der Basis persönlicher Daten die Preise individuell berechnen.