

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer

t +49 (0) 521 9257 687

f +49 (0) 521 9257 333

e michael.knippelmeyer@tns-emnid.com

www.tns-emnid.com

Kundenkarten gelten als wichtige Einkaufsbegleiter

TNS Emnid Studie zu Bonusprogrammen zeigt: Payback bleibt etabliertestes Bonusprogramm / Vielfalt der Programme führt jedoch zu Verwirrung

Bielefeld, 21. Juni 2010 – In den Geldbörsen der Deutschen stecken durchschnittlich 4,2 Karten. Dies ergab eine aktuelle TNS Emnid-Befragung zum Thema „Karten und Kundenkarten in Deutschland“. 2006 betrug diese Zahl noch 4,5 Karten. Klarer Favorit bei allen Karten im Portemonnaie bleibt die EC-Karte, die mit 81 Prozent wieder den ersten Platz erobert hat. Rang zwei nimmt mit 77 Prozent die Krankenversicherungskarte ein, gefolgt von Kreditkarten verschiedener Anbieter sowie der Payback-Karte, die sich mit jeweils 32 Prozent Platz drei teilen.

Bonusprogramme erfreuen sich nach den vorliegenden Ergebnissen nach wie vor großer Beliebtheit. Allerdings betrachten die Deutschen ihr Kartensortiment zum weit überwiegenden Teil auch als ausreichend: 72 Prozent der Befragten geben an, keine weiteren Karten haben oder nutzen zu wollen. Am ehesten könnte noch die BahnCard genannt werden, der neun Prozent der Befragten gerne zusätzlich einen Platz in ihren Geldbörsen einräumen würden.

Besonders beliebt sind die Bonusprogramme bei jüngeren Verbrauchern. 45 Prozent der Unter-30-Jährigen geben an, Bonusprogramme grundsätzlich gut zu finden, weil sich dadurch sparen ließe. Die wichtigsten Eigenschaften von Kundenkarten sind nach Auffassung der Befragten die Einsetzbarkeit in mehreren Geschäften – 68 Prozent der Befragten finden dies sehr oder eher wichtig – sowie ein Angebot von Services, Sonderangeboten und Vorteilen, die ohne Kundenkarte nicht ermöglicht würden, was 62 Prozent als sehr oder eher wichtig bezeichnen.

Problematisch ist offenbar die Vielzahl der Bonusprogramme: 71 Prozent der Befragten empfinden das umfangreiche Angebot als verwirrend und befürchten, den Überblick zu verlieren.

Im persönlichen Alltag spielt die Payback-Karte die größte Rolle. 83 Prozent der Befragten kennen Payback, 39 Prozent sehen in Payback den größten Nutzen, und 27 Prozent bezeichnen es als das für sie wichtigste Bonusprogramm. 58 Prozent sind der Auffassung, Payback sei das führende Bonusprogramm in Deutschland.

Mehr als zwei Drittel der Befragten (69 Prozent) empfinden Mailings von einem Bonusprogramm, bei dem sie Mitglied sind, als „sehr hilfreich und informativ“ oder als „teilweise hilfreich und informativ“. Als Werbeform noch positiver wahrgenommen werden lediglich Prospektbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften (87 Prozent) und Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften (86 Prozent). Auf den weiteren Rängen folgen Werbung im Internet, die von 40 Prozent der Befragten als sehr oder teilweise hilfreich und informativ wahrgenommen wird, sowie Email-Werbung (27 Prozent). Zuletzt genannt wurden Telefonanrufe zu Hause (zwölf Prozent) und SMS-Werbung (neun Prozent). Besonders aufgeschlossen zeigen sich die Payback-Kunden, von denen drei Viertel (75 Prozent) angeben, die Zusendungen von Payback seien interessant.

Die Studie wurde von der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH im Auftrag der Payback GmbH in April und Mai 2010 telefonisch durchgeführt. Befragt wurden insgesamt 1.001 Personen ab 16 Jahren. Die Studie steht zum Download unter www.tns-emnid.com sowie unter www.payback.net bereit.

TNS Emnid

Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH wurde vor mehr als 60 Jahren gegründet und gehört damit zu den traditionsreichsten Anbietern in der Markt- und Sozialforschung. Für Auftraggeber aus der Medien-, Politik- und Sozialforschung ist TNS Emnid kompetenter Partner für nationale und internationale Forschungsvorhaben. Mit modernsten und qualitativ hochwertigen Erhebungsverfahren und Instrumenten der Markt- und Sozialforschung generiert TNS Emnid mit der gesamten Methodik vom Face-to-Face Interview über telefonische Interviews bis hin zu Online-Befragungen aktuelle und exklusive Marketinginformationen. Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH ist eine Tochtergesellschaft der TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG. und gehört zur TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London). Sie ist damit Teil einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften weltweit. Weitere Informationen unter www.tns-emnid.com

Kontakt und weitere Informationen:

TNS Emnid
Jörg Erren
Stieghorster Straße 90
33605 Bielefeld
Tel.: 0521-9257 642
joerg.erren@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com

Payback GmbH
Nina Purtscher
Theresienhöhe 12
80339 München
Tel.: 089-997 41 206
nina.purtscher@payback.net
www.payback.net