



# Bonusprogramme in Deutschland

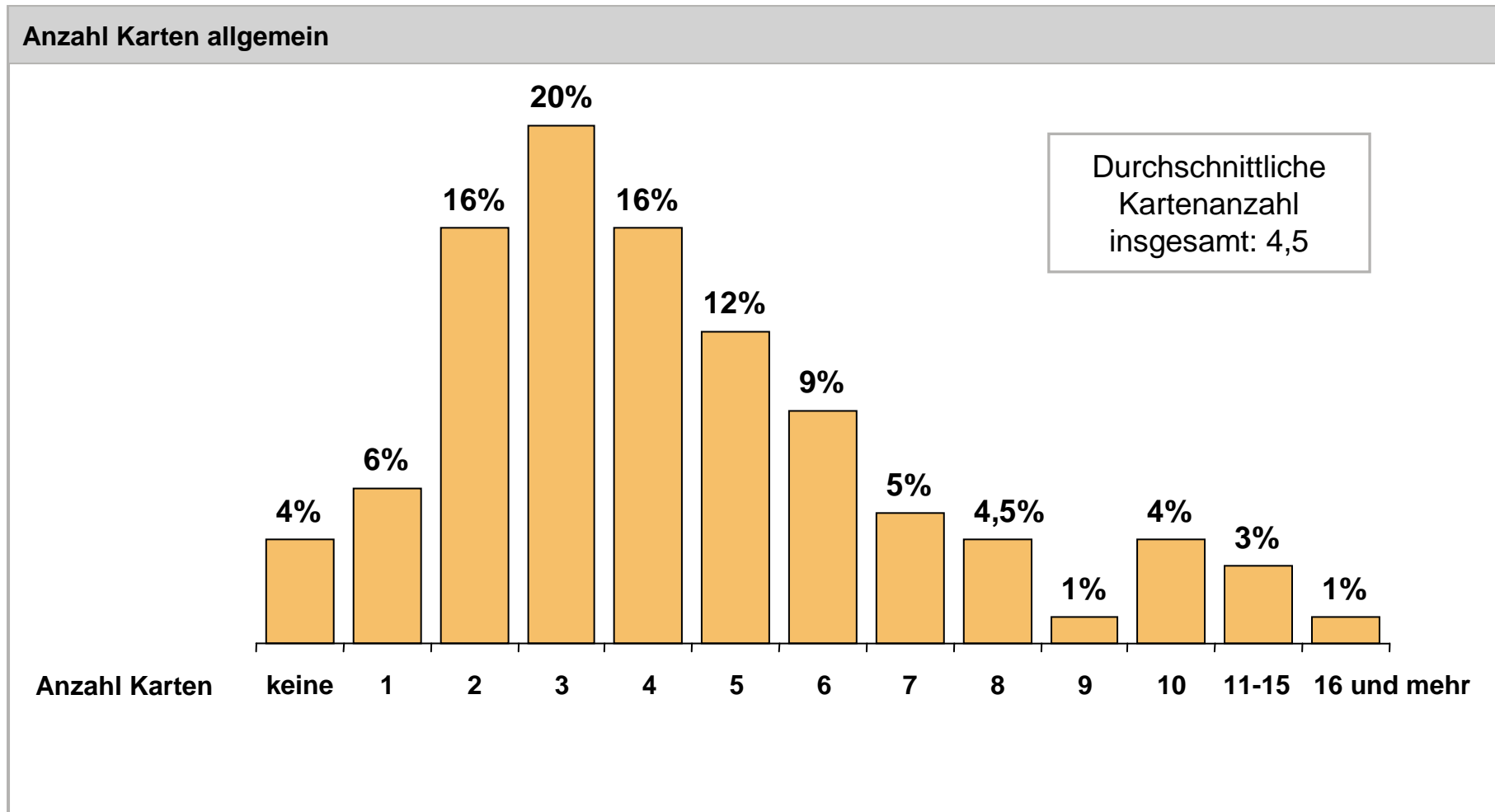
Eine Studie der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH

November 2006

## Research Design

<b>Ziel der Befragung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ermittlung der Verbreitung von Bonusprogrammen</li> <li>• Ermittlung der Einstellung gegenüber Bonusprogrammen</li> <li>• Ermittlung möglicher Veränderungen im Einkaufsverhalten durch Bonusprogramme</li> </ul>
<b>Inhalte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl an Karten im Portemonnaie</li> <li>• Bekanntheit Bonusprogramme</li> <li>• Potential von Kundenkarten</li> <li>• Meinungen und Einstellungen zu Bonusprogrammen</li> <li>• Eigenschaften einer attraktiven Kundenkarte</li> <li>• Bewertungen von Bonusprogrammen</li> </ul>
<b>Methode</b>	Telefonische Befragung (CATI), durchschnittliche Interviewdauer ca. 10 Minuten
<b>Stichprobe</b>	<p>Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung in Privathaushalten            Personen im Alter ab 16 Jahren            Geschlechterverteilung: 48% Männer, 52% Frauen            n = 1.000 realisierte Interviews</p>
<b>Erhebungszeitraum</b>	10. - 18. August 2006
<b>Erhebung</b>	TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

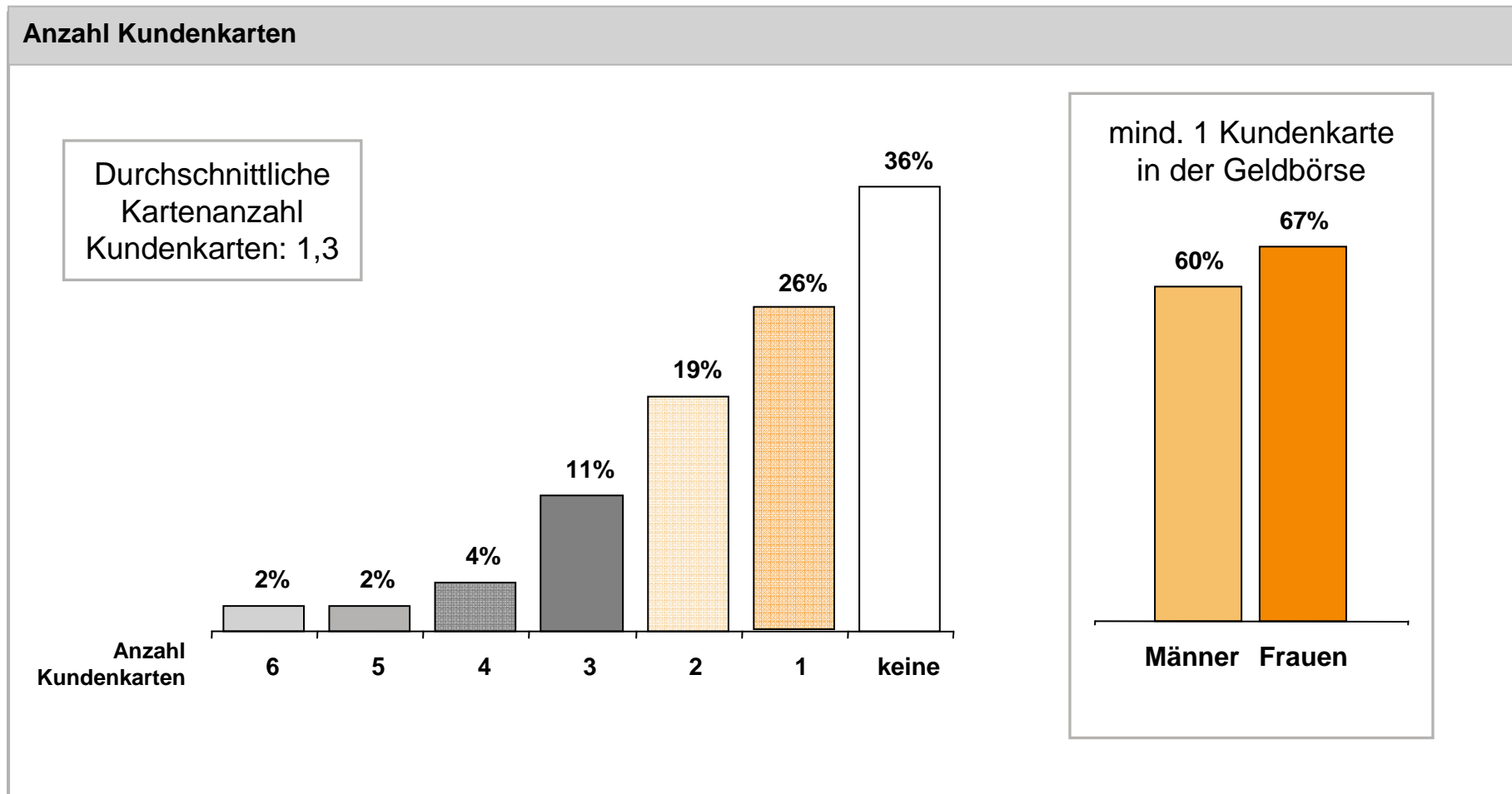
## Durchschnittlich stecken 4,5 Karten in den deutschen Portemonnaies



Frage: "Wie viele Karten – von EC- über Kredit- bis hin zu Kundenkarten – stecken in Ihrem Portemonnaie?"

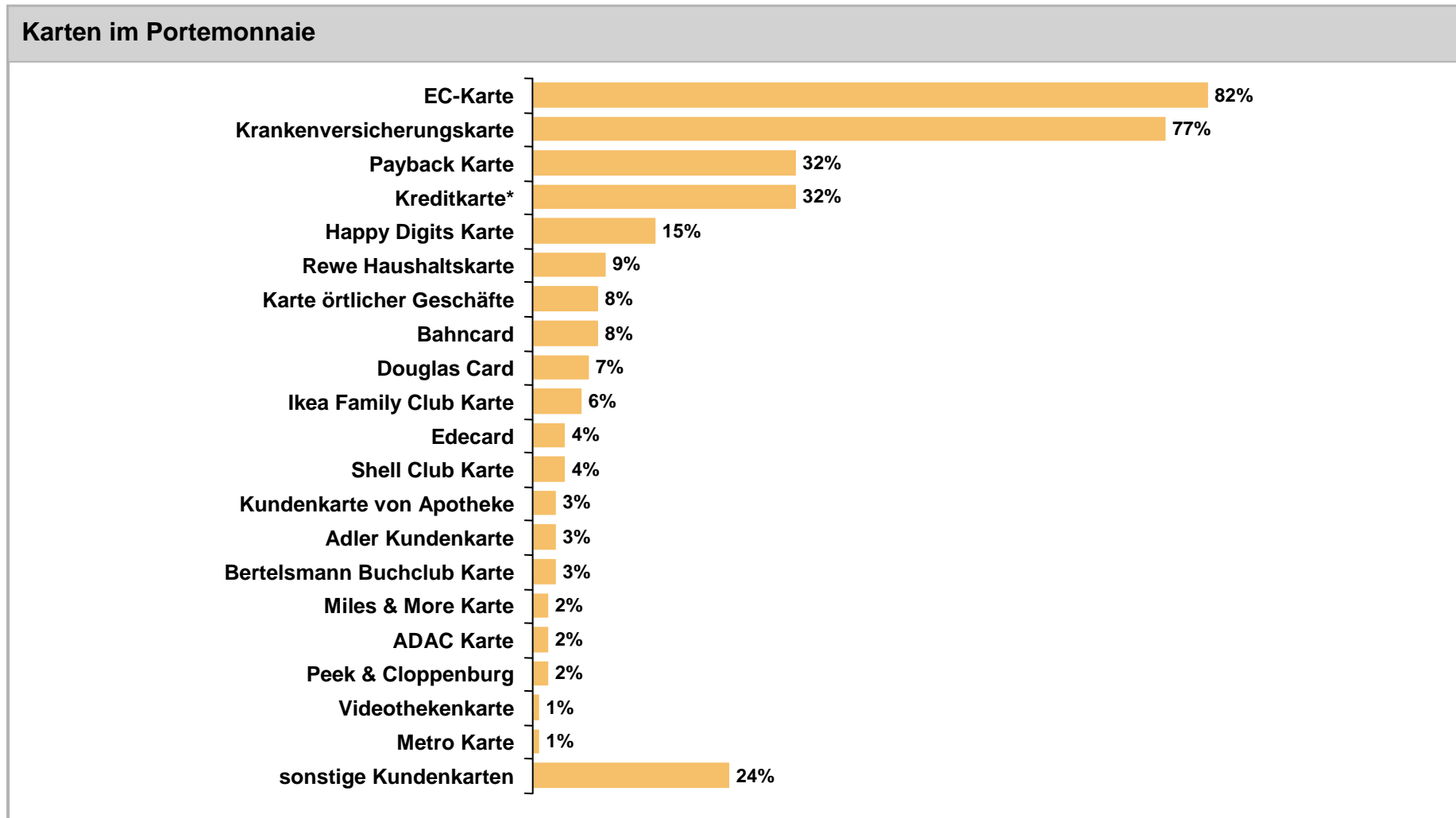
Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000

# 64% der Deutschen tragen mindestens eine Kundenkarte immer bei sich



Frage: "Welche Karte haben Sie immer in Ihrer Geldbörse?"  
 Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
 n=1.000

## "Ranking" in den Geldbörsen: EC-Karte auf Platz 1 gefolgt von Krankenversicherungs-, Payback- und Kreditkarten (gesamt)



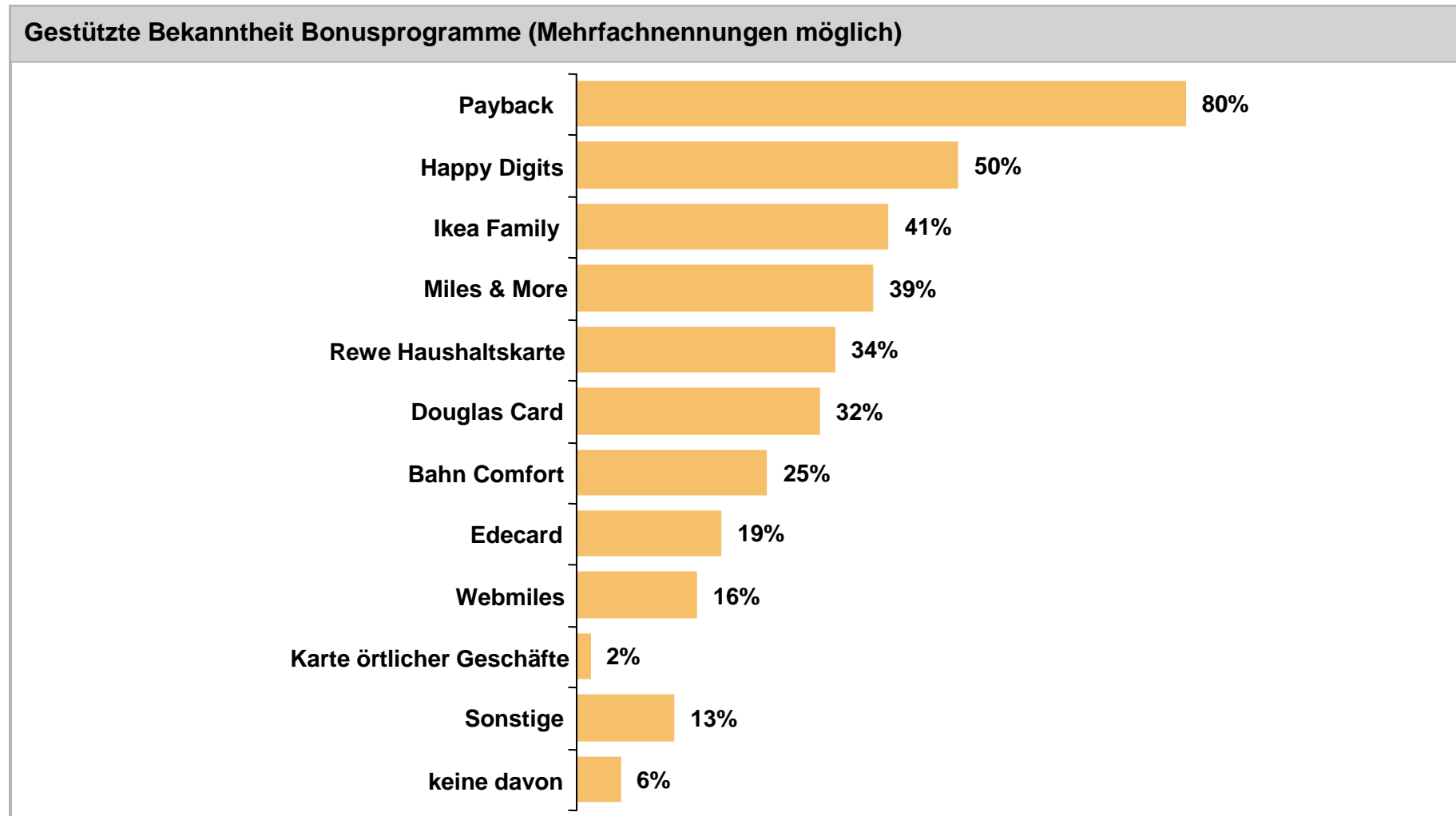
\* alle Kreditkarten insgesamt

Frage: "Welche Karten haben Sie immer in Ihrer Geldbörse?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe

n=1.000

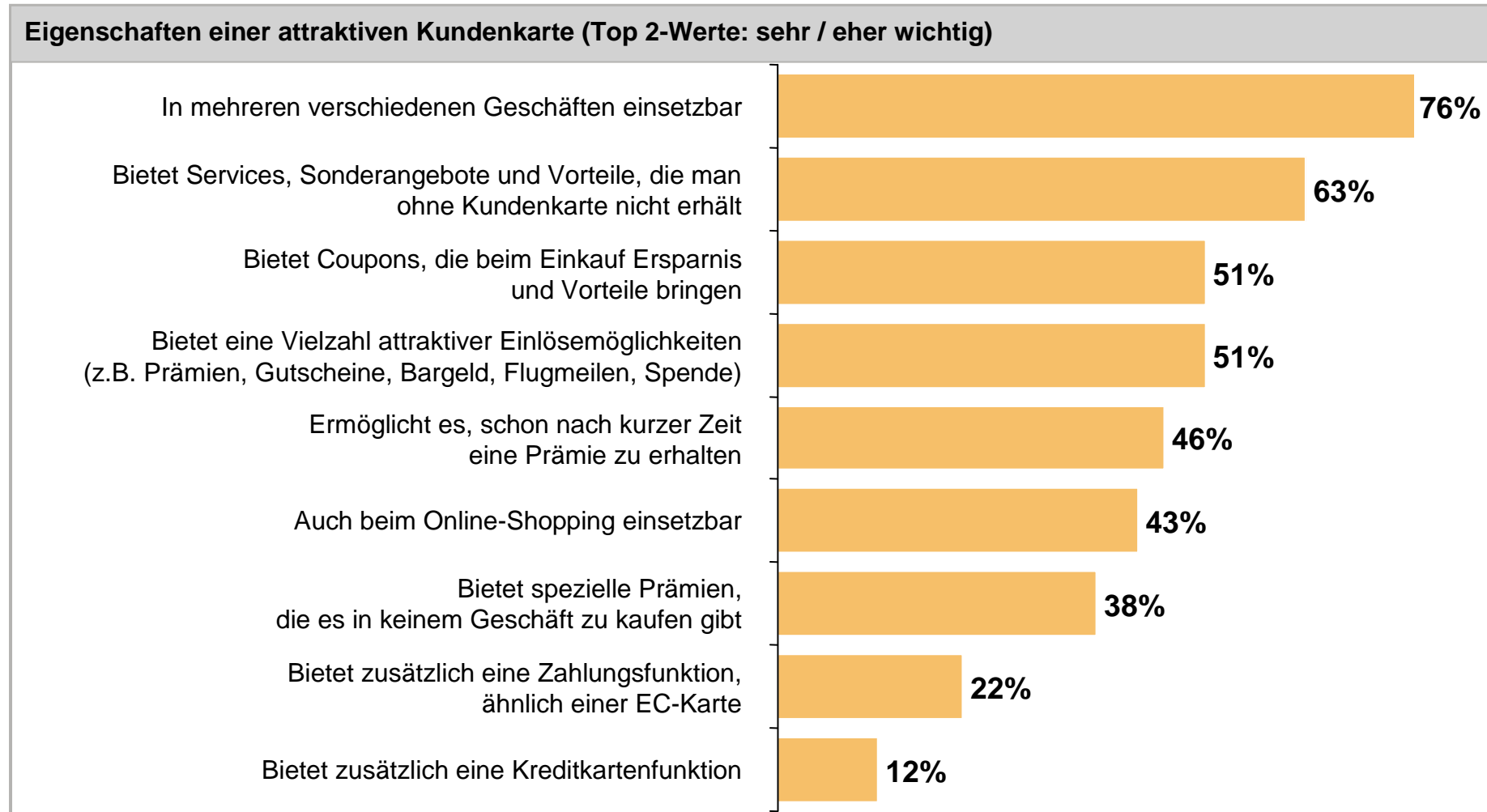
## Das bekannteste Bonusprogramm ist Payback



Frage: "Welche der folgenden Bonusprogramme kennen Sie – wenn auch nur dem Namen nach?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000

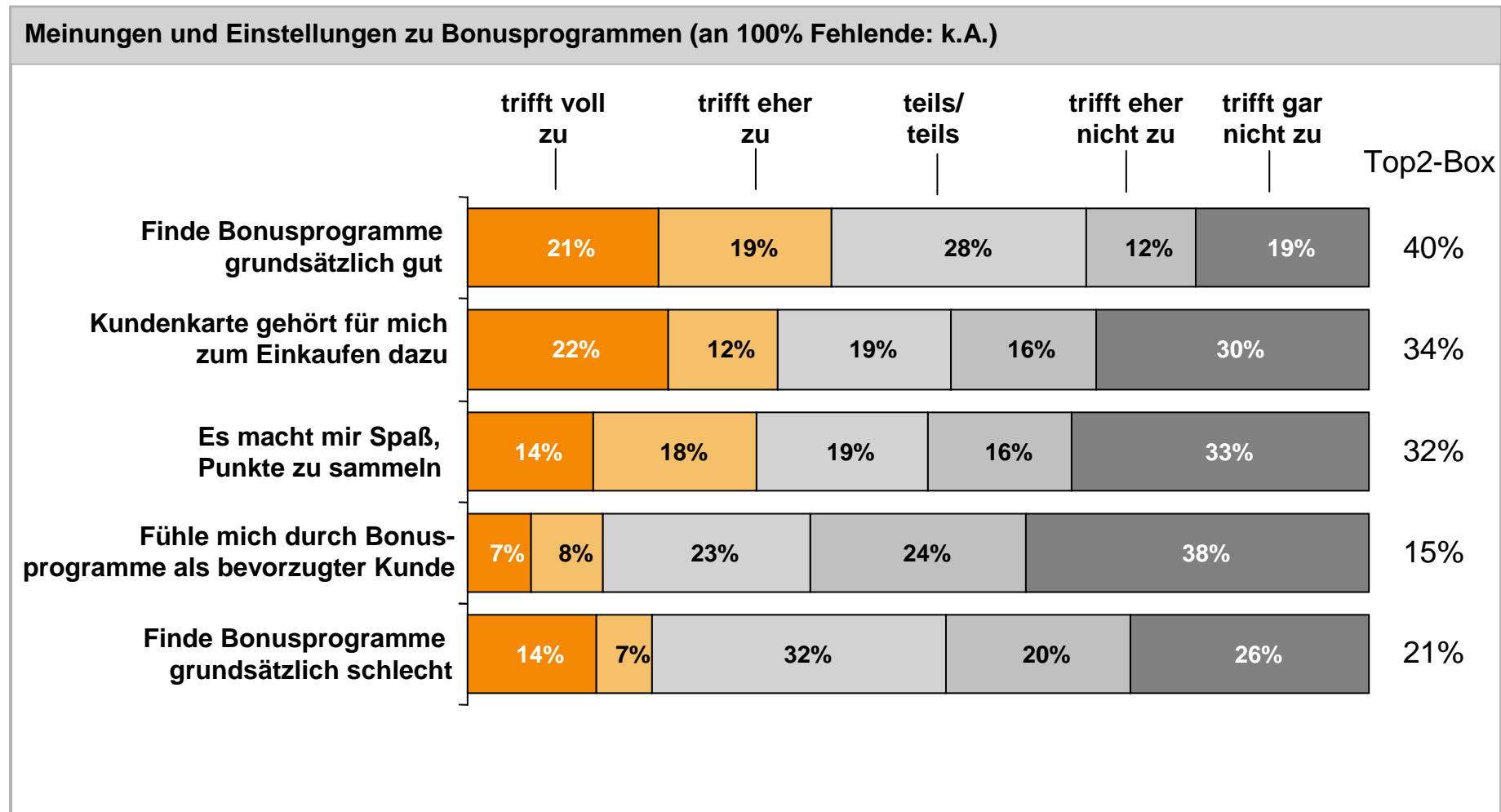
## Eine Kundenkarte ist dann attraktiv, wenn sie in mehreren Geschäften einsetzbar ist und zusätzliche exklusive Services bietet



Frage: "Wie wichtig sind Ihnen diese Eigenschaften bei Kundenkarten?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000

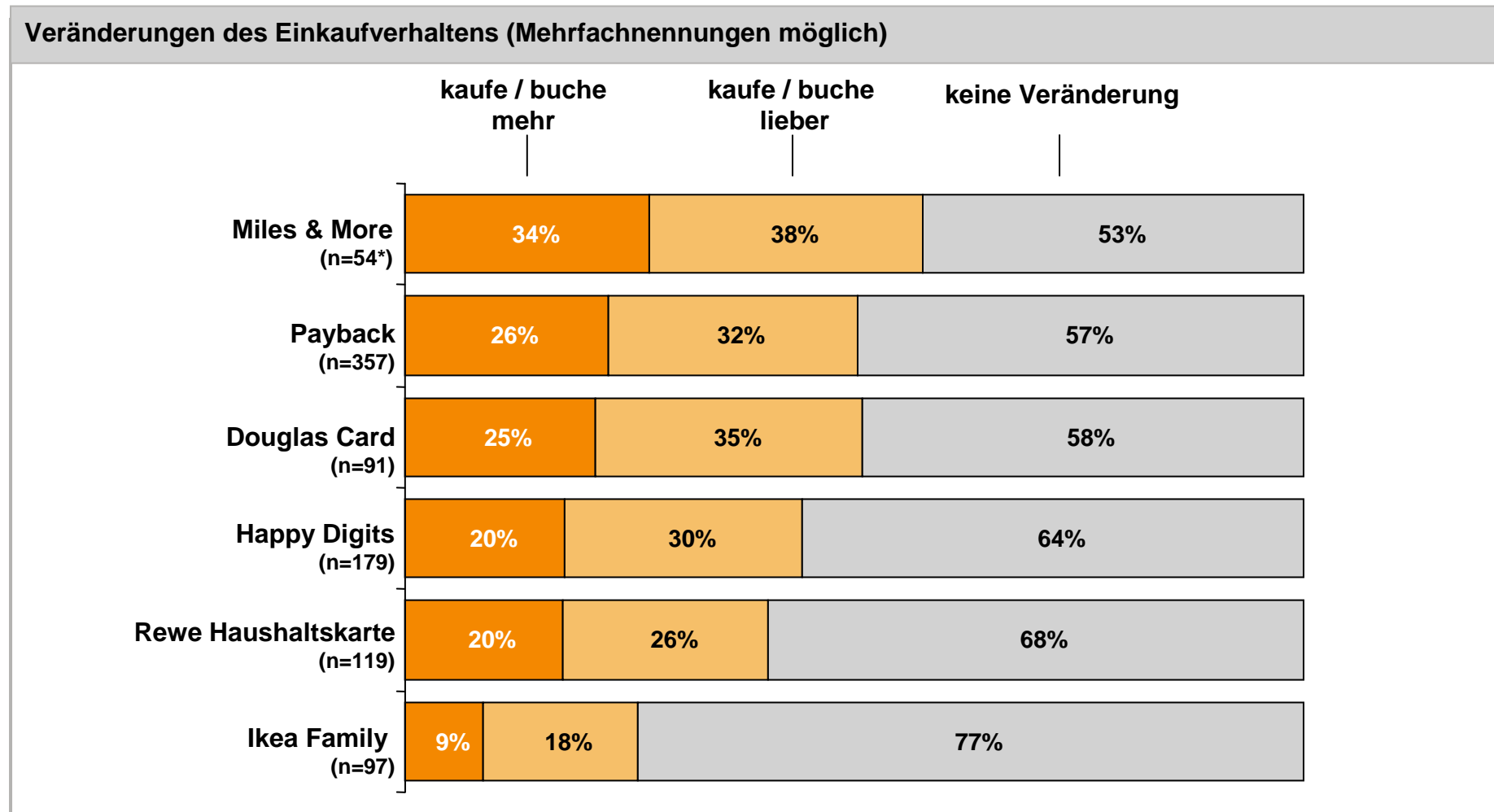
# Für 34% der Befragten hat sich die Kundenkarte zu einem täglichen Einkaufsbegleiter entwickelt



Frage 5: "Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie zu?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000

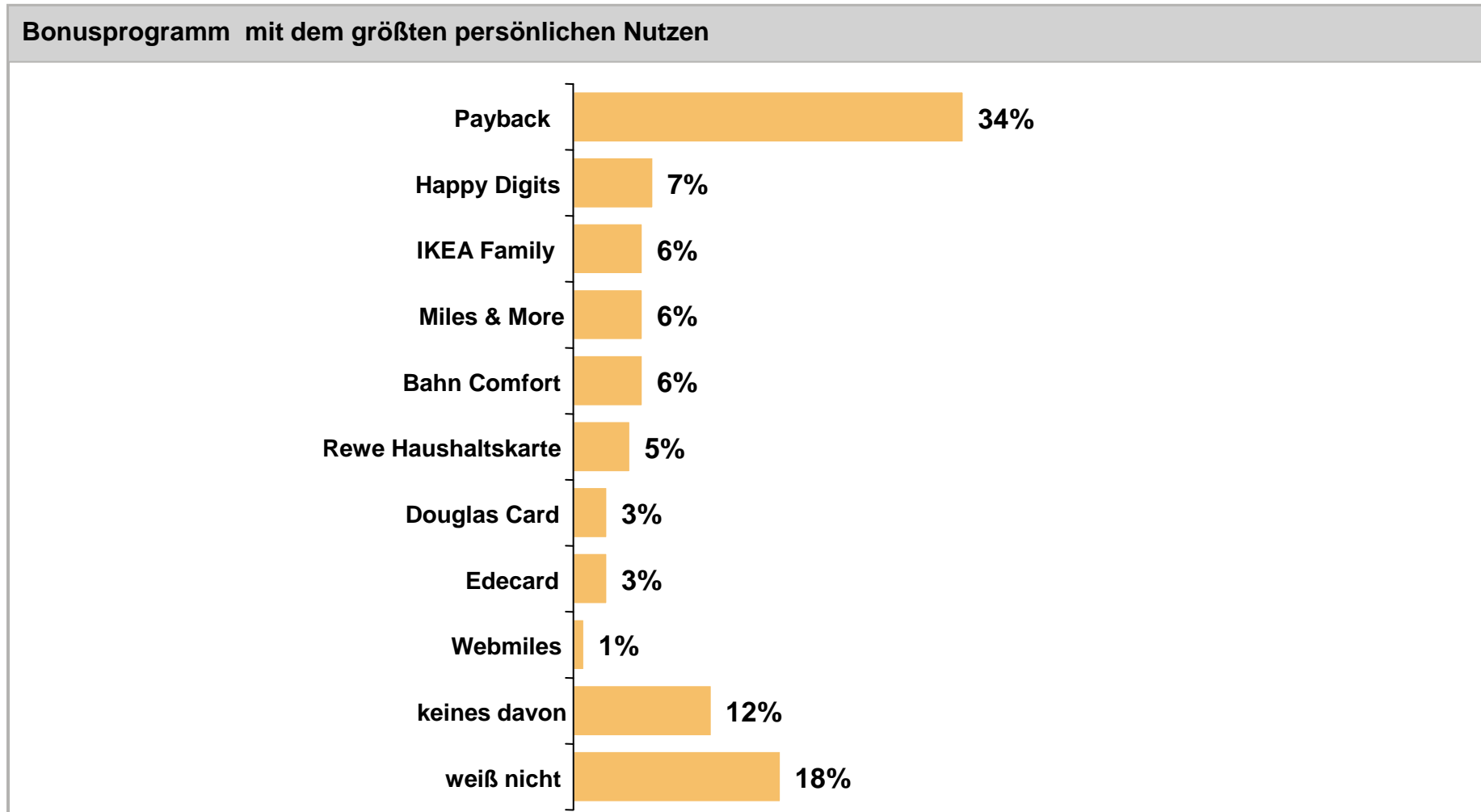
## Die größten Kundenbindungseffekte haben Miles & More, Payback und die Douglas Card



Frage: "Hat sich Ihr Einkaufsverhalten geändert, seit Sie bei ...Mitglied sind?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000, \* = Achtung: niedrige Fallzahl

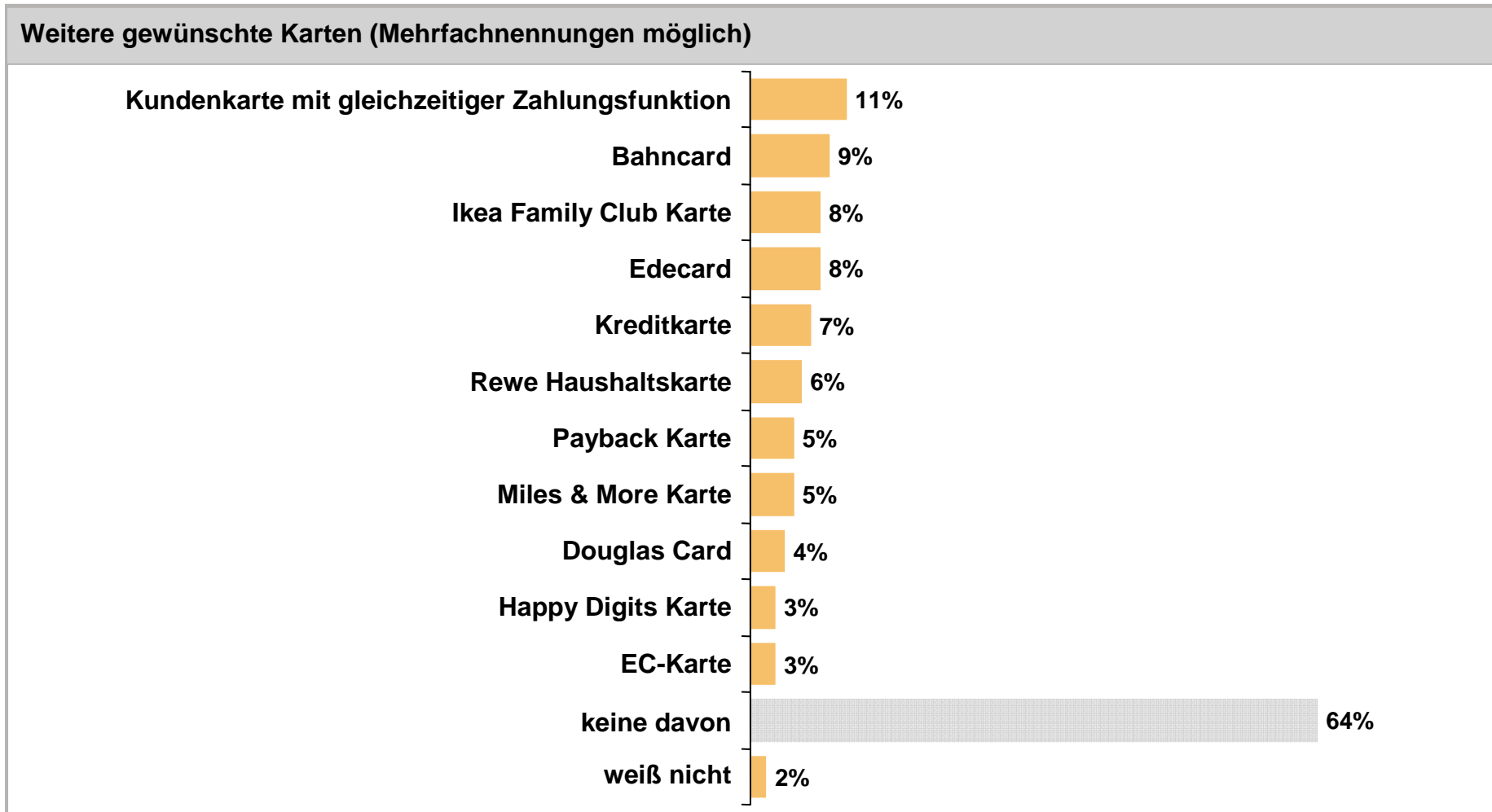
## Verbraucher finden, dass Payback ihnen den größten Nutzen bringt



Frage: "Welches der folgenden Programme bietet Ihnen den größten persönlichen Nutzen?"

Basis: Vergleich der jeweils bekannten Bonusprogramme

## Wenn weitere Kundenkarten gewünscht werden, dann in erster Linie solche mit gleichzeitiger Zahlungsfunktion



Frage: "Welche der folgenden Karten besitzen Sie nicht, hätten Sie aber noch gerne?"

Basis: bevölkerungsrepräsentative Stichprobe  
n=1.000



**TNS Emnid:**

Melanie Arens  
Stieghorster Strasse 90  
33605 Bielefeld  
Tel.: 0521-9257 681  
melanie.arens@tns-emnid.com

**Loyalty Partner:**

Nina Purtscher  
Theresienhöhe 12  
80339 München  
Tel.: 089-997 41 206  
nina.purtscher@loyaltypartner.com