



# **SternTrendprofil Studie 2003**

## **Thema Kundenkarten**



München, Mai 2003



# SternTrendprofile sind unabhängig geführte Studien von Gruner+Jahr

Sie sind ein schnelles und flexibles Erhebungsinstrument, das Markttrends besonders aktuell abbildet. Eine "Stern"-Umfrage im März 03 widmete sich dem Thema "Kundenkarten".

## Untersuchungssteckbrief



## Im Vergleich zur letzten Studie in 2001 und zu den Wettbewerbern erzielt PAYBACK die besten Ergebnisse

- PAYBACK ist nach wie vor mit großem Abstand Marktführer, die **sympathischste Marke** unter allen Kundenkarten, hat auch im Vergleich am meisten Sympathie dazu gewonnen
- Die **Nutzungsbereitschaft** ist für die Kundenkarte PAYBACK am höchsten und in den vergangenen zwei Jahren **signifikant gestiegen**
- PAYBACK ist die **am häufigsten verbreitete Kundenkarte**, für PAYBACK Kenner kommt größtenteils nur PAYBACK in Frage:
  - Nur ¼ der PAYBACK Kenner kennen auch Happy Digits, jedoch 90% der HappyDigits Kenner kennen auch PAYBACK
  - Nur 16% der PAYBACK Sympathisanten finden auch HappyDigits sympathisch
- PAYBACK Kenner sind über die PAYBACK Partner **besser informiert** als HappyDigits Kenner über die Happy-Digits Partner
- Weiterhin besteht **viel Potential: Über 7 Mio. Deutsche** sind der Marke PAYBACK gegenüber positiv eingestellt, haben aber noch keine Karte

# PAYBACK hat die höchsten Indexwerte in allen Kategorien

Die Bahncard ist die bekannteste Kundenkarte, Payback die sympathischste.

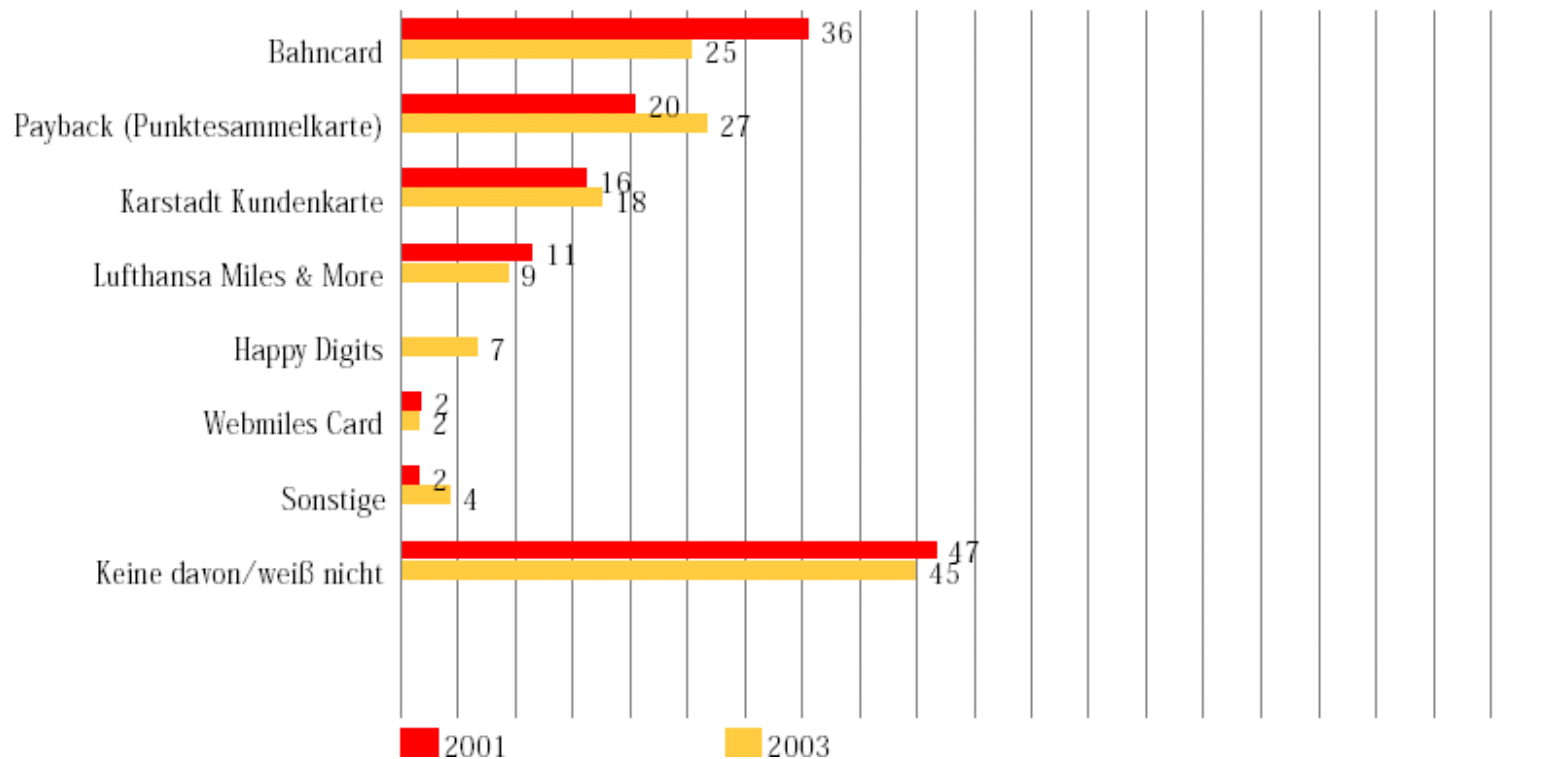
## Die Kundenkarten-Marken im direkten Vergleich

|                        | PROZENTWERTE |           |              |        | INDEXWERTE |                  |                  |
|------------------------|--------------|-----------|--------------|--------|------------|------------------|------------------|
|                        | Bekanntheit  | Sympathie | Nutzungsber. | Besitz | Sym/Bek    | Nutzungsber./Sym | Bes/Nutzungsber. |
| Bahncard               | 79,3         | 25,3      | 17,8         | 6,3    | 31,9       | 70,4             | 35,4             |
| Payback                | 59,8         | 26,6      | 32,2         | 22,1   | 44,5       | 121,1            | 68,6             |
| Karstadt Kundenkarte   | 48,3         | 17,5      | 19,5         | 10,2   | 36,2       | 111,4            | 52,3             |
| Lufthansa Miles & More | 40,0         | 9,3       | 6,9          | 2,3    | 23,3       | 74,2             | 33,3             |
| Happy Digits           | 27,2         | 6,6       | 5,8          | 3,3    | 24,3       | 87,9             | 56,9             |
| Webmiles Card          | 10,6         | 1,6       | 1,3          | 0,5    | 15,1       | 81,3             | 38,5             |
| Ø 6 Marken             | 44,2         | 14,5      | 13,9         | 7,5    | 32,8       | 96,1             | 53,5             |

# PAYBACK ist die beliebteste Karte unter den Kundenkarten

Während die Bahncard Sympathiepunkte verliert, kann Payback von den erhobenen Marken am meisten Sympathie gewinnen.

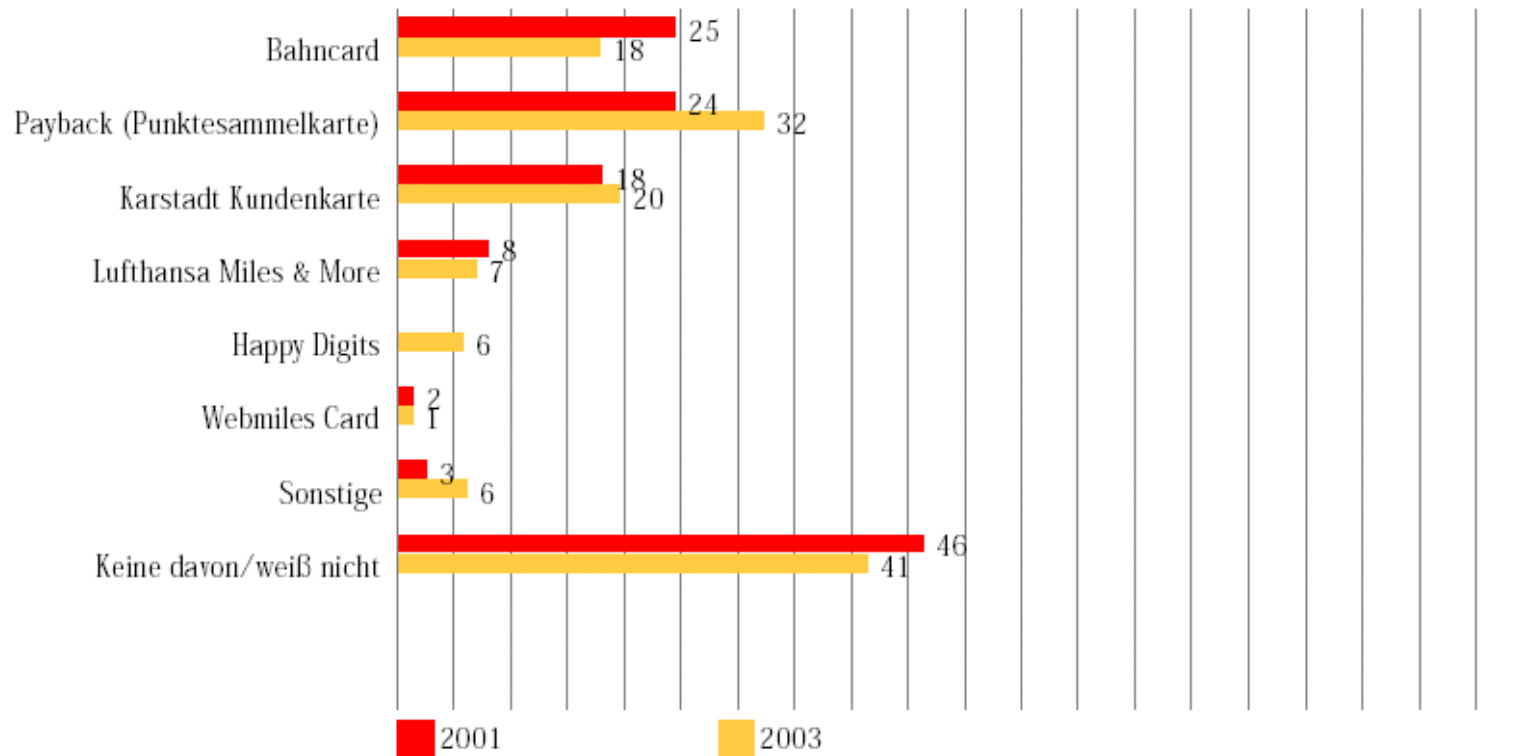
Karten-/Bonussysteme - Markensympathie  
(Vergleich 2001\* zu 2003), Angaben in Prozent



# PAYBACK ist die relevanteste Karte unter den Kundenkarten

Innerhalb von nur 20 Monaten steigt die Nutzungsbereitschaft für Payback um 33 Prozent.

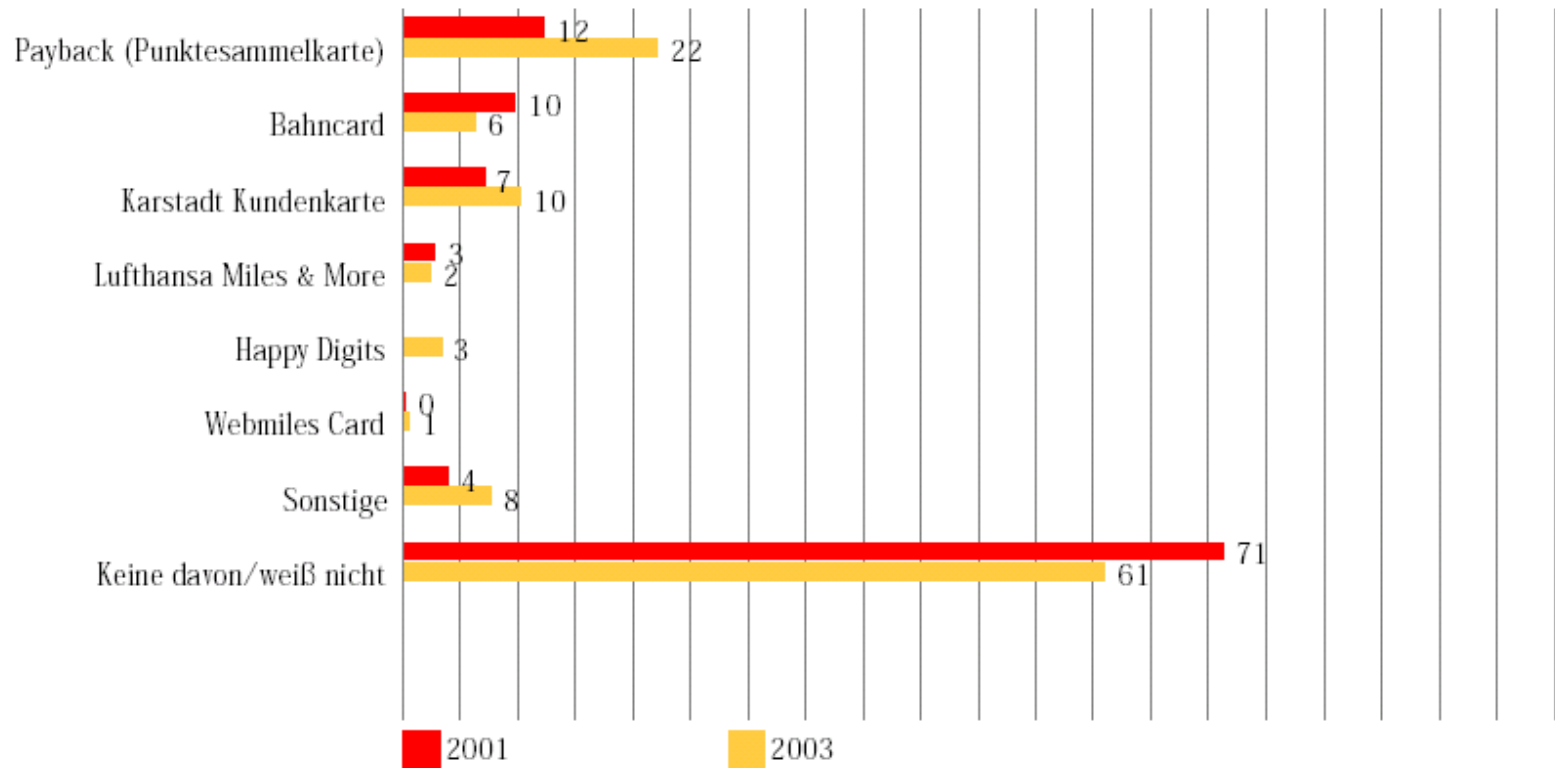
Karten-/Bonussysteme - Marken-Nutzungsbereitschaft  
(Vergleich 2001\* zu 2003), Angaben in Prozent



# PAYBACK ist Marktführer unter den Kundenkarten

Payback ist die am häufigsten verbreitete Kundenkarte.

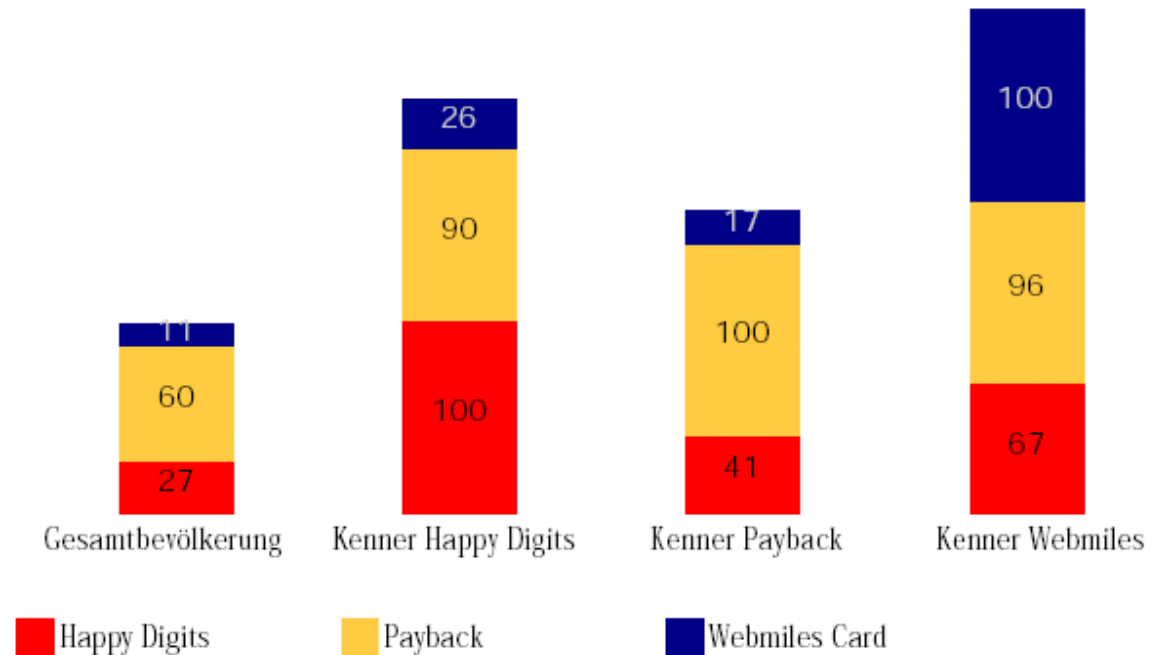
Karten-/Bonussysteme - Marken-Besitz  
(Vergleich 2001\* zu 2003), Angaben in Prozent



# PAYBACK ist im Vergleich zu Wettbewerbern eindeutig bekannter

90 % der Kenner von Happy Digits kennen auch Payback, aber nur 41 % der Kenner von Payback kennen auch Happy Digits

Die Bekanntheit anderer Bonussysteme (Überschneidungen)  
Angaben in %

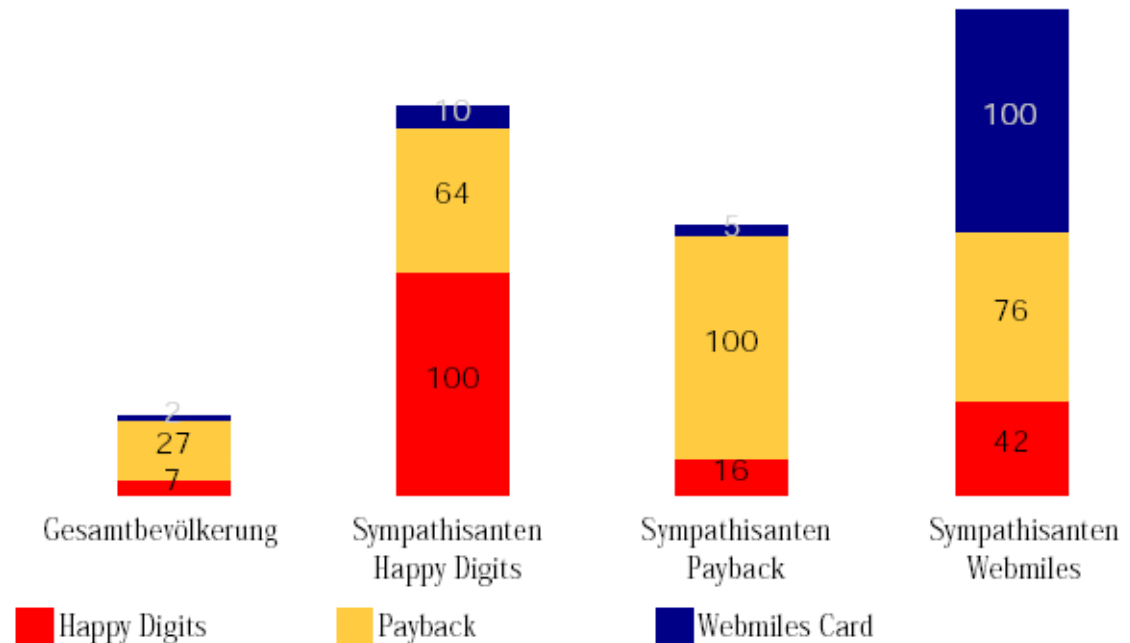




# Auch die Sympathisanten der Wettbewerber finden PAYBACK überdurchschnittlich sympathisch

64 % der Sympath. von Happy Digits finden auch Payback, aber nur 16 % der Sympath. von Payback auch Happy D. sympathisch

Die Sympathie für andere Bonussysteme (Überschneidungen)  
Angaben in %



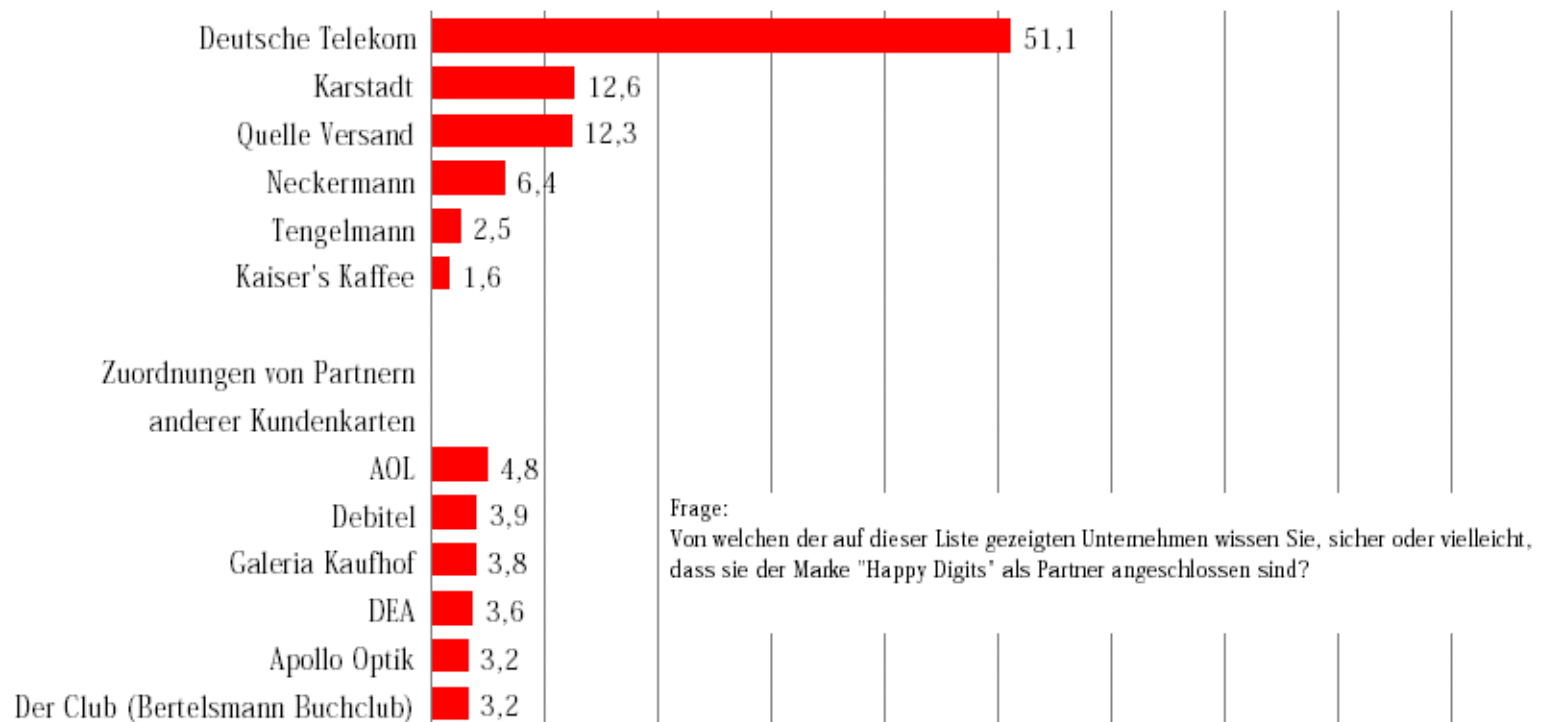


# PAYBACK Kenner sind weitaus besser über Partnerunternehmen informiert (I)

Die Hälfte der Happy Digits-Kenner weiß, dass die Deutsche Telekom Partner von Happy Digits ist.

## Partnerzuordnung Happy Digits, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, denen das Bonussystem Happy Digits bekannt ist (N=545), 17,29 Mio. Personen



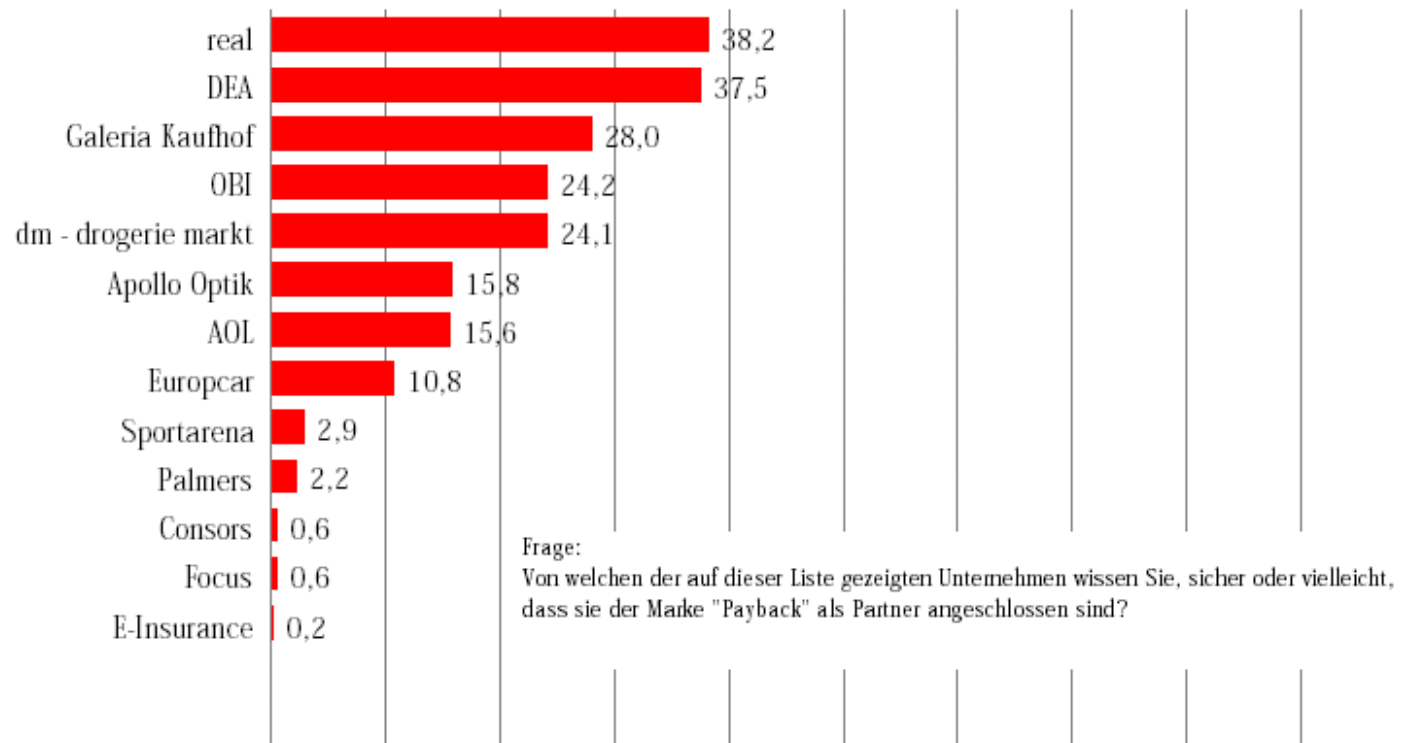


# PAYBACK Kenner sind weitaus besser über Partnerunternehmen informiert (II)

Payback-Kenner sind über die Payback-Partnermarken besser informiert als Happy-Digits-Kenner über Happy-Digits-Partner.

## Partnerzuordnung Payback I, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, denen das Bonussystem Payback bekannt ist (N=1196), 37,99 Mio. Personen

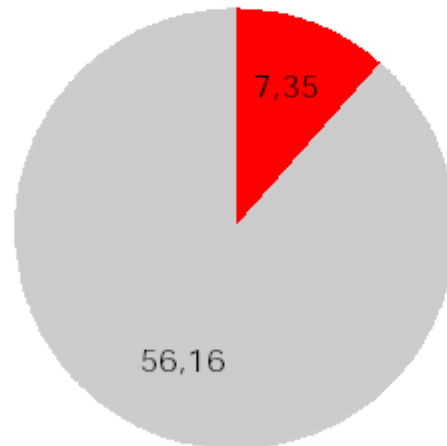


# Weiterhin besteht viel Potenzial für Neukunden

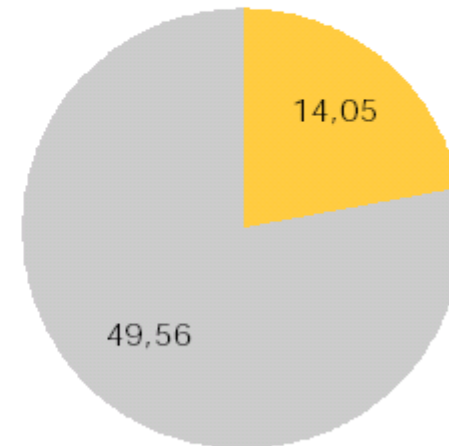
7,35 Mio. Personen sind gegenüber der Marke Payback positiv eingestellt, zählen aber bislang nicht zu den Karteninhabern

## Zielgruppendefinition

(Angaben in Mio. Personen)



ZG 1: Pot. und abwägende Neukunden von Payback  
 Zielgruppe: 7,35 Mio Personen  
 Fallzahl: 232



ZG 2: Payback-Kartenbesitzer  
 Zielgruppe: 14,05 Mio Personen  
 Fallzahl: 443

Zielgruppe 1

Rest der Gesamtbevölkerung

Zielgruppe 2