

PRESSEMITTEILUNG

Kundenbefragung: Kundenkarten 2016

Zufriedene Punktesammler und Rabattjäger – Mehrwert der meisten Karten überzeugt – Payback auf Platz eins

Hamburg, 22.11.2016 – Mit Kundenkarten und den entsprechenden Bonusprogrammen versuchen viele Unternehmen für Kundenbindung zu sorgen. Viele Verbraucher wissen dies augenscheinlich zu schätzen und zeigen sich mit den Leistungen dieser Karten zufrieden. Eingekauft wird deshalb aber nicht automatisch mehr. Das zeigt eine aktuelle Befragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ).

Gute Bewertungen für Mehrwert der Karten

Insgesamt sichern sich die Kundenkarten ein gutes Qualitätsurteil. Dabei erzielen die Karten in den bewerteten Bereichen – vom Mehrwert über Auszahlung und Transparenz bis hin zum Kundenservice – im Schnitt gute Zufriedenheitswerte. Der wohl wichtigste Aspekt schneidet dabei besonders gut ab: der Mehrwert. Hierzu sind rund 81 Prozent der Bewertungen positiv. „Erfreulich, dass auch auf den Kundenservice augenscheinlich Verlass ist. Rund 78 Prozent der Befragten sind hiermit zufrieden“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Beliebt, aber nicht im Dauereinsatz

Die meisten befragten Verbraucher besitzen mehrere Kundenkarten – bei rund 73 Prozent waren es drei oder teils auch deutlich mehr verschiedene Karten. Genutzt werden sie aber nicht immer häufig – nur knapp ein Drittel der Befragten bekundet, diese auch tatsächlich bei jedem möglichen Einkauf einzusetzen. Auf die Frage „Warum haben Sie sich für die Kundenkarte entschieden?“ nannten rund 63 Prozent die Geldersparnis als einen Grund; mehr als jeder vierte Befragte begründet es jedoch auch mit dem Spaß am Punktesammeln.

Nur wenige Ärgernisse

Fast 97 Prozent der Befragungsteilnehmer würden sich erneut für die von ihnen bewertete Kundenkarte entscheiden. Ärgernisse sind dagegen nur bei einem geringen Anteil der Befragten (fünf Prozent) aufgetreten. Über ein positives Erlebnis berichten dagegen über 13 Prozent der Kunden. Die am häufigsten genannten Gründe sind hier die problemlose Punkteeinlösung sowie die attraktiven Prämien bzw. Rabatte.

In der Kundengunst vorn

Payback erreicht mit dem Qualitätsurteil „gut“ die höchste Kundenzufriedenheit unter allen Kundenkarten. Hinsichtlich der Auszahlung zeigen sich die Nutzer überzeugter als die Besitzer anderer Karten: Fast 84 Prozent der Bewertungen fallen hierzu positiv aus. Darüber hinaus erzielt Payback ein ausgesprochen gutes Resultat in puncto Mehrwert. Mit dem Kundenservice zeigen sich zudem mehr als 86 Prozent der Befragten zufrieden. Zum positiven Gesamtergebnis trägt auch die im Vergleich höchste Weiterempfehlungsbereitschaft bei. Den zweiten Rang nimmt die Esprit Friends Card mit einem ebenfalls guten Gesamturteil ein. In puncto Mehrwert schneidet die Karte im Anbietervergleich am besten ab: Mehr als 31 Prozent der Kunden wählen hier die bestmögliche Antwortoption. Auch hinsichtlich der Transparenz und des Images belegt die Esprit Friends Card Rang eins. In starkem Maße positiv wird außerdem der Kundenservice bewertet. Den dritten Rang belegt die

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Hagebau Partner-Card (Qualitätsurteil: „gut“). Die Inhaber dieser Kundenkarte beurteilen insbesondere den Mehrwert positiv: Mehr als 87 Prozent der Befragten sind damit zufrieden. Auch die Bewertungen zum Kundenservice und zur Transparenz liegen auf einem guten Niveau. Zudem berichten lediglich 1,3 Prozent der Befragten von einem erlebten Ärgernis – der im Vergleich niedrigste und damit beste Wert.

In die Auswertung der Online-Befragung flossen insgesamt 1.508 Bewertungen von Verbrauchern ein, die in den letzten 12 Monaten eine Kundenkarte genutzt hatten. Im Mittelpunkt der Panel-Befragung standen die Meinungen der Kunden zu den Aspekten Mehrwert, Kundenservice, Auszahlung, Transparenz, Image und Informationswert. Kundenärgernisse und die Weiterempfehlungsbereitschaft flossen ebenfalls mit in die Gesamtbewertung ein. In der Einzelauswertung wurden alle Kundenkarten berücksichtigt, zu denen sich jeweils mindestens 80 Nutzer geäußert hatten. Dies traf auf 13 von insgesamt 29 bewerteten Karten zu.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.