

MEDIA INFORMATION

Benchmarkstudie von Ingenico Marketing Solutions: Gutscheinkarten stärken die Kundenbindung

- *Studie erklärt Branchenunterschiede und Trends bei Gutscheinkarten*
- *Kartenabsatz wächst 2015 um 8 % und auch der Aufladebetrag pro Karte steigt*
- *Online-Geschäft für Gutscheinkarten immer wichtiger*

Hamburg, 28. September 2016_ Tagelanges Grübeln für das perfekte Geschenk? Muss nicht sein! Wer auf Nummer sicher gehen möchte, verschenkt einfach einen Gutschein und vermeidet somit Fehlkäufe und peinliche Situationen. Kein Wunder also, dass Gutscheinkarten zu der Geschenkkategorie gehören, die seit Jahren am stärksten wächst. Ingenico Marketing Solutions, einer der führenden europaweiten Anbieter für Full-Service-Kundenbindungskonzepte, hat eine Benchmarkstudie über Branchenunterschiede und Trends bei Gutscheinkarten veröffentlicht.

Die 4 wichtigsten Erkenntnisse:

Gutscheinkarten werden immer beliebter: Der Kartenabsatz wuchs 2014 um 5 % und 2015 um weitere 8 %. Von 2013 bis 2015 ist der Kartenabsatz in Summe um 13,4 % gestiegen. Ein besonders deutlicher Anstieg des Kartenabsatzes konnte bei Fachmärkten und im Segment Fast Moving Consumer Goods (FMCG) festgestellt werden. Zudem verzeichnete der durchschnittliche Aufladebetrag je Karte in fast allen untersuchten Segmenten einen leichten Anstieg.

Gutscheinkarten erzielen Kundenbindungseffekt: Nach Erhalt eines Gutscheins besucht der Beschenkte im Durchschnitt innerhalb von drei Monaten das erste Mal das Geschäft oder den Online-Shop. Wobei auffällt, dass das Kaufverhalten wesentlich von der Art der Produkte abhängt. Im Bereich FMCG werden Gutscheinkarten deutlich schneller für die Bedarfsdeckung eingesetzt als im Lifestyle-Segment, da Produkte hier eher als Investition gesehen werden. Bis zur vollständigen Entladung des Guthabens kommt in allen Segmenten mehr als eine Kauftransaktion pro Karte zustande, je nach Branche sind es 1,2 bis 1,8 Transaktionen. Durch den mehrmaligen Gebrauch und somit mehr als einen Kundenkontakt können Händler einen Kundenbindungseffekt erzielen.

Online wächst: Die Anzahl der Online-Shops, bei denen Gutscheinkarten gekauft und eingelöst werden können, stieg 2013 bis 2015 um 83 %. Während 2014 lediglich 16 % der online gekauften Gutscheine auch online eingelöst wurden, sind es 2015 bereits 44 %. Ein weiterer Trend zeigt, dass stationär gekaufte Gutscheine auch zunehmend online eingelöst werden. Auch wenn Gutscheinkarten insgesamt noch überwiegend stationär gekauft wurden, geht der Trend klar in Richtung online.

Saisonale Trends beim Kauf von Gutscheinen: Gutscheine sind das ganze Jahr über ein attraktives Geschenk, doch im Weihnachtsgeschäft boomt der Absatz.

Gegenüber dem rechnerischen Durchschnitt von Abverkäufen von 8,33 % pro Monat wird die überproportionale Nachfrage zu Weihnachten sehr deutlich. Im Dezember wurden 23,5 % der Gutscheinkarten gekauft.

Fazit:

Die Ergebnisse der Studie geben Aufschluss darüber, wie Gutscheinkartenprogramme optimiert werden können. Die Tatsache, dass die Zahl der online gekauften und auch eingelösten Gutscheine stark angestiegen ist, ist sicherlich richtungsweisend.

„Gutscheinkarten erfüllen heute mehr als ihre eigentliche Funktion einer praktischen Geschenkmöglichkeit. Sie fungieren als eigenständige, multifunktionale Artikel und können Händlern als idealer Repräsentant ihrer Marke dienen“, sagt Jochen Freese, Geschäftsführer von Ingenico Marketing Solutions.

Über die Studie:

Die Ergebnisse der Studie der Ingenico Marketing Solutions GmbH beziehen sich auf Daten, die zwischen den Jahren 2013 bis 2015 gewonnen wurden. Der Branchen-Fokus lag auf Fachmärkten, Fast Moving Consumer Goods (FMCG), Lifestyle & Freizeit, Textil und Small & Medium Enterprises (SME). Ziel der Untersuchung war es, die durch das Gutscheingeschäft gewonnenen Erfahrungen durch Leistungsvergleiche sichtbar zu machen und Markttrends in den besagten Branchen zu ermitteln.

Ingenico Marketing Solutions verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Betrieb von Gutscheinkarten. Nach der Einführung der ersten kartenbasierten Lösung mit Guthabenverwaltung in Deutschland über ein digitales Kontosystem wurden über die Jahre Dutzende weitere Programme auf den Markt gebracht. Diese Vielfalt ermöglicht es Ingenico Marketing Solutions heute, auf der Basis anonymisierter Auswertungen wichtige Trends und Muster im Gutscheinkartenmarkt zu ermitteln und zu deuten.

Über Ingenico Marketing Solutions

Die Ingenico Marketing Solutions GmbH, Teil von Ingenico Payment Services, ist ein führender europaweiter Anbieter für Kundenbindungskonzepte und bietet Multikanal-Loyalitätsprogramme, mit oder ohne Zahlungsfunktion, Geschenkkarten und ROI-orientierte Marketing Services.

Über Ingenico Payment Services

Ingenico Payment Services bietet eine umfassende Auswahl an sicheren Bezahl- und Marketinglösungen und verhilft Händlern so dazu, Zahlungswege zusammenzuführen, ihr Angebot an Finanzdienstleistungen zu optimieren und ihre Kunden durch Loyalty-Konzepte langfristig an sich zu binden. Egal welcher Verkaufskanal, ob am POS, online oder mobil – mit 150 internationalen und lokalen Bezahlverfahren helfen wir Händlern dabei, Zahlungen zu verarbeiten und abzusichern, Beträge einzuziehen und digitale Transaktionen gegen Betrug zu schützen.

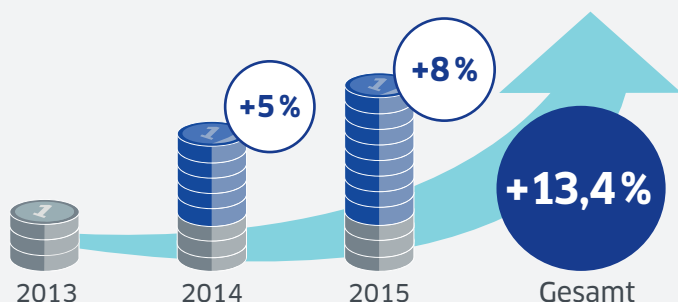
Ingenico Payment Services ist Teil der Ingenico Group (Euronext: FR0000125346 - ING), dem Weltmarktführer für integrierte Payment-Lösungen über alle Zahlungskanäle hinweg.



GUTSCHEINKARTEN ALS MARKENBOTSCHAFTER

Benchmarkstudie von Ingenico Marketing Solutions über
Branchenunterschiede und Trends bei Gutscheinkarten.

1 STEIGENDER ABSATZ



Der Gutscheinkartenabsatz wuchs 2014 um **5%**, 2015 um weitere **8%**.
Von 2013 bis 2015 stieg der Absatz insgesamt um **13,4%**.

2 KUNDENBINDUNG



1,2 – 1,8
Kauftransaktionen
je Karte

Bis zur **vollständigen Entladung eines Guthabens** kommt es zu mehr
als einer Kauftransaktion pro Karte. Durch den mehrmaligen Gebrauch
können Händler einen **Kundenbindungseffekt** erzielen.

3 ONLINE WÄCHST

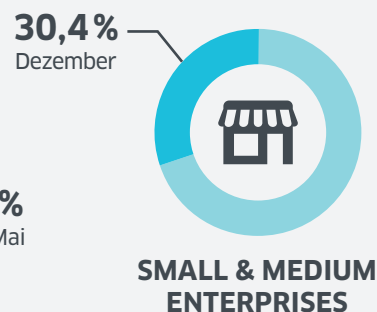
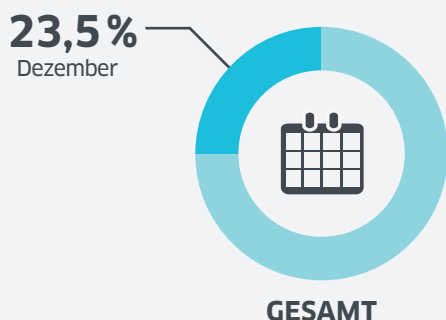


Die Anzahl der Händler, deren Online-Shop einen Kauf oder eine Einlösung
der Gutscheinkarte ermöglicht, stieg 2013 bis 2015 insgesamt um **83%**.



2013 wurden **16%** der online gekauften Gutscheine auch online eingelöst.
2015 sind es bereits **44%**. Das entspricht einer Steigerung um **175%**.

4 SAISONALITÄT



Gutscheinkarten sind das ganze Jahr über ein attraktives Geschenk.
Gegenüber dem rechnerischen Durchschnitt von Abverkäufen von **8,33%** pro Monat
wird die überproportionale Nachfrage zu Weihnachten sehr deutlich.