

## Gutschein/Kundenkarte

## Die Renaissance des Gutscheins

Seit Herbst 2004 ist der Schweizer Detailhandel um eine Innovation im Zahlungsverkehr reicher: der elektronische Gutschein (Geschenkkarte oder Gift Card). Wie wenige andere Produkte bieten Gift Cards den Händlern eine kreative und kostengünstige Möglichkeit, Kunden in ihre Geschäft zu bringen. Neue Wege des Marketings?

Gift Cards sind im amerikanischen und kanadischen Detailhandel bereits fest etabliert. Heute werden in den USA durchschnittlich mehr als sieben Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes über Gift Cards abgewickelt. Der Siegeszug der aufladbaren Geschenkkarten hat auch in Europa begonnen. Pionier in der Schweiz ist die Warenhauskette Manor.

## Siegeszug in Nordamerika

Die amerikanische Warenhauskette Neiman Marcus hat 1994 begonnen, mit Gift Cards zu experimentieren. Inzwischen haben über 60% aller amerikanischen und kanadischen Händler und fast 40% aller nordamerikanischen Einkaufszentren Gift Cards im Angebot. Der Gift Card-Markt in den USA ist zwischen 1995 und 2003 von einer Milliarde auf 45 Mrd. Dollar gewachsen und wird 2006 voraussichtlich ein Volumen von 70 Mrd. Dollar erreichen. Laut einem Bericht von Wal-Mart stiegen die Gift Card Umsätze in der Weihnachtssaison 2003 um über 20%.

Ungeachtet des grossen Erfolgs der Cards habe sich viele Händler entschlossen, an ihren bisherigen Papiergutscheinen festzuhalten. Studien habe jedoch gezeigt, dass Händler, die von Papiergutscheinen auf die neuen Karten umstiegen, ihren Gutscheinumsatz um 50% bis 100% steigern konnten. Auch in Europa und speziell in der Schweiz sind Papiergutscheine noch hoch im Kurs der Detailhändler. Detailhandelsexperten sind sich aber einig, dass der elektronische Gutschein seinen Siegesfeldzug in Europa fortsetzen wird.

## Deutliche Umsatzsteigerung



Kreatives Marketing und erhöhter Komfort zählen zu den wichtigsten Triebfedern dieses Wachstums. Viele Händler werben sehr aggressiv für ihre Gift Cards. Sie haben festgestellt, dass Gift Card eine überaus kosteneffektive Methode sind, um die Kundenfrequenz zu erhöhen. Mit ihren eleganten, auffälligen Designs und Logos helfen Gift Cards den Händlern beim Branding. Das Warenhaus Target hat ungefähr 26 Designs, die je nach Jahreszeiten aktualisiert werden, bietet aber auch Geburtstags- und andere Karten für besondere Gelegenheiten an. Elektronische Gutscheine sind also auch ein gutes Werbemittel.

Die Kosten für e-Gutscheine betragen bei den Karten je nach der bestellen Anzahl, der Art der verwendeten Technologie und der eingeschlossenen Dienste zwischen Fr. .-40 und Fr. 2.50 pro Karte. Gleichzeitig gilt es die Kosten der Implementierung und der Transaktionen zu berücksichtigen.



## Quelle

Marketing und Kommunikation, Oktober 2005