



# Presse-Information

## Treuepunktaktionen am beliebtesten. Frauen sammeln am liebsten Punkte Ipsos-Studie untersucht Bekanntheit und Nutzung von Rabattsystemen

Hamburg/Mölln, 17. Juni, 2008. Die bekannteste und meist genutzte Rabattaktion von Handel und Herstellern sind die **Prämien für Treuepunkte**. 87 Prozent der Deutschen haben in den letzten drei Monaten eine Treuepunktaktion bemerkt und fast jeder Zweite (46%) hat an einer teilgenommen. Dass man beim **Kauf von zwei oder mehr Teilen eins gratis** bekommt, ist 83 Prozent der Befragten im Handel aufgefallen. Laut einer aktuellen repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts Ipsos in Kooperation mit dem Fachmagazin *planung&analyse*, hat jeder dritte Deutsche (33%) seit März 2008 an einer solchen Aktion teilgenommen.

Während die Treuepunktaktion sich seit der 2005 schon einmal durchgeführten Umfrage hinsichtlich Bekanntheit und Nutzung kaum geändert hat, verzeichnete die „Kauf von 2 – 1 gratis-Aktion“ die größte Steigerung gegenüber 2005, sowohl beim Bekanntheitsgrad (von 68% auf 83%) als auch bei der Nutzung (von 25% auf 33%).

Auch **Rabattaktionen zu Geschäftsjubiläen** wurden im gleichen Befragungszeitraum vor drei Jahren noch deutlich seltener bemerkt als heute. Gut drei Viertel (79%) der Befragten haben in den letzten Monaten eine solche Aktion wahrgenommen, 2005 waren es nur zwei Drittel (66%). Heute wie vor drei Jahren hat allerdings nur knapp gut jeder Fünfte (23%/22%) daran teilgenommen.

Die **Geld-zurück-Garantie**, als vor drei Jahren gerade neu aufgelegte Aktion verschiedener Produzenten, verzeichnet zwar mit 77 Prozent Bekanntheit eine um sieben Prozent gestiegenen Wahrnehmung, die Nutzung ist aber mit 17 Prozent nach wie vor eher zurückhaltend.

**Prämien für das Anwerben neuen Kunden** und **Rabatte zur Neueröffnung** sind altbekannte Aktionen, die zwar nach wie vor von jeweils etwa zwei Drittel der Befragten wahrgenommen werden, jedoch in den letzten drei Monaten nur von 10 bzw. 15 Prozent der Konsumenten genutzt wurden.

Mit Ausnahme der Aktionen zu Geschäftsjubiläen werden die Rabattaktionen überdurchschnittlich von jüngeren Konsumenten genutzt (14-29 Jahre), vor allem bei Prämien für das Anwerben neuer Kunden, wenn man ein Teil gratis bekommt beim Kauf von zweien und bei Treuepunktprämien sind junge Konsumenten signifikant häufiger dabei als ältere. Frauen nutzen als geborene „Sammlerinnen“ signifikant häufiger als Männer Treuepunktaktionen.

Interessanterweise unterscheiden sich Geringverdiener bei der Nutzung von Rabattaktionen nicht von Spitzeneinkommensbezieher!

### Studiensteckbrief:

Feldzeit: 14. bis 15. Mai 2008  
Stichprobengröße: 500 Personen ab 14 Jahren, repräsentativ für die deutschsprachende Bevölkerung in Deutschland  
Methode: Telefonische Mehrthemenumfrage im Ipsos Express™, CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing)

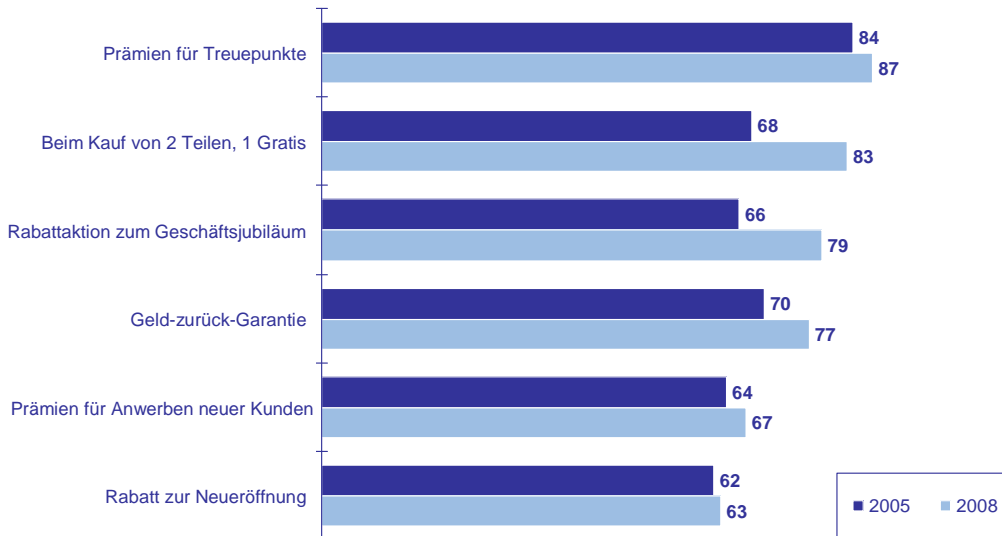


# Presse-Information



## Bekanntheit von Rabattaktionen Wahrnehmung in den letzten 3 Monaten.

gestützt, Angaben in %



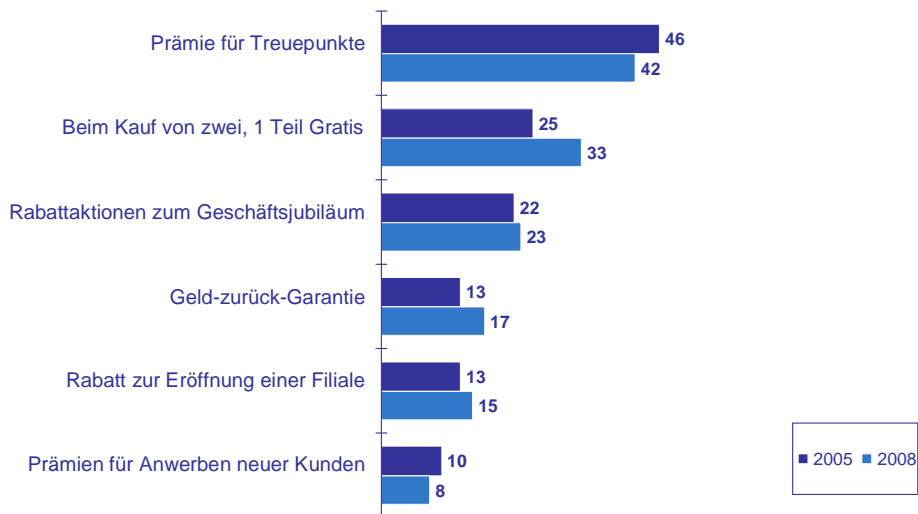
Basis: 500 Personen ab 14 Jahren

Ipsos-Studie - Akzeptanz von Rabattsystemen



## Teilnahme an Rabattaktionen in den letzten 3 Monaten

Angaben in %



Basis: 500 Personen ab 14 Jahren

Ipsos-Studie - Akzeptanz von Rabattsystemen



# Presse-Information

## **Über Ipsos:**

Die Ipsos GmbH ist ein unabhängiges und weltweit tätiges Marktforschungsunternehmen und ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine weltweit vernetzte Organisation untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorauszusehen. So bestimmen wir Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Mit präzisen Daten und konkretem Know-how bringen wir die Projekte unserer Kunden zum Erfolg. „Nobody´s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.

## **Kontakt Pressestelle:**

Gudrun Witt  
Ipsos GmbH  
Heidenkampsweg 100  
D-20097 Hamburg  
Tel. 040-80096-0  
Fax. 040-80096-100

[www.ipsos.de](http://www.ipsos.de)