



Pressemitteilung

2. August 2010

Payback wird zehn Jahre alt

Etablierter Begleiter beim täglichen Einkauf – Karte wird am Tag 1,5 Millionen mal genutzt – Pro Jahr rund 14,5 Mrd. Euro Umsatz über die Karten – Internationalisierung mit Polen und Indien

München – Die Payback Karte feiert ihren zehnten Geburtstag. Im Jahr 2000 als elektronische Alternative zu Rabattheftchen und -marken ins Leben gerufen, hat sich die blaue Sammelkarte nach kurzer Zeit zum europäischen Marktführer unter den Bonusprogrammen entwickelt. Die Bilanz bisher: Die Karte hat sich mit dem dritten Platz in den Geldbörsen der Deutschen als täglicher Einkaufsbegleiter etabliert und wird am Tag rund 1,5 Millionen mal an den Kassen der Partnerunternehmen genutzt; pro Jahr werden inzwischen rund 14,5 Mrd. Euro Umsatz über die Karten abgewickelt. Nun startet Payback auch im Ausland durch: Nach den ersten erfolgreichen Monaten in Polen hat das Unternehmen den Wachstumsmarkt Indien im Visier.

In Deutschland wächst das Programm nach den ersten Boom-Jahren kontinuierlich weiter – vor allem durch zusätzliche Partner sowie neue Services, die einen vermehrten Einsatz der Karte ermöglichen. Derzeit bieten 26 Handel- und Dienstleistungsunternehmen mit rund 10.000 Filialen, sowie rund 300 Online-Anbieter den 19,5 Millionen deutschen Payback Nutzern Vorteile und Punkte fürs Einkaufen. Im Jahr 2009 haben die Kunden Punkte im Wert von 163 Millionen Euro gesammelt – und über 90 Prozent davon wieder eingelöst. „Die hohe Einlösequote zeigt, wie relevant und beliebt das Programm ist“, so Burkhard Graßmann, Sprecher der Payback Geschäftsführung. „Nicht umsonst kennen 83 Prozent der Deutschen die Marke Payback“.

Erfolgreiche partnerübergreifende Direktmarketingaktionen, ständige Innovationen und ein Reigen an neuen Partnern bescherten dem Unternehmen 2009 das beste Geschäftsjahr seiner Geschichte. Die Mitarbeiterzahl stieg von 50 im Jahr 2000 auf aktuell 500 in der gesamten Loyalty Partner Gruppe. Wiederholt wurde das Unternehmen als „Top Arbeitgeber Deutschland“ ausgezeichnet, zuletzt im März 2010 aufgrund seiner guten Arbeits- und Karrierebedingungen. Im Bundesland Bayern erhielt Loyalty Partner als eines der wachstumsstärksten Unternehmen zweimal den Preis „Bayerns Best 50“.

In Polen ist Payback seit September 2009 aktiv, mittlerweile werden dort mit über 5 Millionen aktiven Karten Punkte gesammelt – Tendenz steigend. In den zehn größten Städten Polens wurde bereits eine Verbreitung von 25 Prozent erreicht. Weitere Märkte sollen folgen.



Zunächst aber will Loyalty Partner mit dem Schritt nach Indien einen besonders attraktiven Wachstumsmarkt mit enormem Potential im Konsumbereich erobern. Der Erwerb einer Mehrheit am mit 9,5 Millionen Kunden marktführenden Bonusprogramm „i-mint“ markierte im Juni 2010 einen weiteren Meilenstein in Paybacks Internationalisierungsstrategie.

Zum Geburtstag bietet Payback gemeinsam mit seinen Partnerunternehmen viele zusätzliche Vorteile: Von 2. August bis zum 11. September 2010 finden die „Payback Jubelwochen“ statt, die im Rahmen einer großen, integrierten Kampagne über Direktmailings, Online, Facebook, Blog, Email Newsletter, in den Partnerfilialen sowie über einen TV Spot kommuniziert werden. Der 35-Sekünder ist von 19. August bis 5. September mit unterschiedlichen Tag-Ons der Partnerunternehmen rtk, Galeria Kaufhof und dm-drogerie markt auf allen großen Privatsendern zu sehen. Die Jubelwochen bringen den Kunden nicht nur viele „Danke“-Coupons mit 10fachem Punktevorteil, sondern auch ein großes Gewinnspiel mit zehn LKW-Ladungen voller Preise wie Autos, Notebooks und Bargeld-Gutscheine. Mit jedem Karteneinsatz bei den Payback Partnern erhöhen sich für die Kunden die Chancen auf einen Gewinn.

Agenturen:

Klassik, Dialogmarketing und Online: Tribal DDB, Hamburg

Media: MPG, Frankfurt

Online: Dorten, Stuttgart

Social Media: TLGG, Berlin

PoS: Barcode

Über Loyalty Partner

Die Loyalty Partner GmbH ist der europäische Marktführer von ganzheitlichen Loyalty Management Lösungen und betreibt Multi-Partner Programme. Loyalty Partner stellt seinen Kunden mit Payback Performance Marketing Möglichkeiten zur Verfügung. Außerdem bietet das Unternehmen über Loyalty Partner Solutions IT-Lösungen zur Kundenbindung. Mit über 500 Mitarbeitern erwirtschaftet Loyalty Partner einen Umsatz von 209 Millionen Euro. Hauptsitz ist München, Tochtergesellschaften existieren in Großbritannien, Frankreich, Spanien und Polen. Zu den Gesellschaftern des Unternehmens zählen der Firmengründer Alexander Rittweger, der britische Finanzinvestor Palamon Capital Partners, die Metro AG und Roland Berger.

Weitere Informationen:

Nina Purtscher

Leiterin PAYBACK PR

PAYBACK GmbH

Theresienhöhe 12

80339 München

Tel: 089 997 41 206

nina.purtscher@payback.net

www.payback.net