

03.07.2012 – 09:40 Uhr

comparis.ch zu Bonusprogrammen und Kundenzufriedenheit bei Kreditkarten - Bonusleistungen fallen bei Kunden durch

Zürich (ots) -

Die Tabelle "Kundenzufriedenheit Kreditkarten-Anbieter 2012" kann unter www.presseportal.ch/de/pm/100003671 kostenlos heruntergeladen werden.

Anbieter von Kreditkarten buhlen mit Bonus- und Zusatzleistungen um ihre Kunden. Dabei spielen diese Angebote beim Entscheid für eine Kreditkarte nur selten eine wichtige Rolle. Das zeigt eine Umfrage des Internet-Vergleichsdienstes comparis.ch. Die Befragten bewerteten zudem die Anbieter ihrer Kreditkarte - und stellten insgesamt gute Zeugnisse aus.

Von Bonuspunkten über Flugmeilen und vergünstigte Automieten bis zu Preisreduktionen auf Konzerttickets: Die Anbieter der Kreditkarten werben häufig mit allerlei Zusatzleistungen um neue Kunden. Doch wie steht es um die Verwendung solcher Dienste auf Seiten der Kunden? Der Internet-Vergleichsdienst comparis.ch ist diesem Thema in einer telefonischen Umfrage nachgegangen. Teilgenommen haben rund 1200 Kreditkartenbesitzer aus der ganzen Schweiz, durchgeführt wurde die Befragung im Auftrag von comparis.ch durch das Marktforschungsinstitut GfK im Juni.

Viele Kreditkartenbesitzer wissen nicht Bescheid Dabei zeigt sich klar, dass die Bonusprogramme und weitere enthaltene Dienstleistungen keinem starken Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten entsprechen. Bloss 42 Prozent der befragten Personen geben an, eine Karte mit Bonusprogrammen oder Zusatzleistungen zu besitzen. Fast gleich viele (39 Prozent) sagen, ihre Karte verfüge über keine solchen Angebote. Allerdings enthalten mittlerweile nahezu sämtliche Kreditkarten ein Bonus- oder ein Zusatzangebot. «Für viele Kreditkartenbesitzer sind die Bonus- und die Zusatzleistungen völlig unbedeutend. Sie sind sich gar nicht mehr bewusst, dass ihre Karte diese Leistungen enthält», sagt Stefan Rüesch, Banken-Experte von comparis.ch. Beträchtlich ist denn auch die Anzahl jener Befragten, die bei dieser Frage tatsächlich passen mussten. Rund 17 Prozent wussten nicht, ob ihre Kreditkarte zusätzliche Angebote enthalte.

«Die Marketing-Strategien mit den angepriesenen Zusatzleistungen dürften grösstenteils verpuffen. Die Anbieter können damit kaum im grossen Stil Kunden anlocken», sagt Stefan Rüesch. Denn beim Entscheid, eine bestimmte Karte zu beziehen, sind die Zusatzleistungen in der Regel kein relevantes Kriterium. Fast drei von vier Befragten, deren Kreditkarte Zusatzleistungen enthält, sagten, diese Leistungen seien beim Abschluss unwichtig gewesen. Bei bloss einem Viertel von ihnen waren die Angebote wichtig für die Entscheidung.

Mehrheit achtet beim Einkauf nicht auf Bonusprogramme Ein ähnliches Verhältnis zeigt sich bei der Frage, welchen Einfluss die Bonusprogramme bei den effektiven Bezahlungen per Karte ausüben. 72 Prozent der Besitzer einer Karte mit Bonusgutschriften geben an, die Karte nicht bewusst für Zahlungen einzusetzen, weil sie dadurch Vorteile mit dem Bonusprogramm erhalten. Nur 27 Prozent setzen ihr Plasticgeld bewusst zu diesem Zweck ein. «Obwohl die Anbieter einen anderen Eindruck zu erwecken versuchen, sind die Kreditkarten im Grunde austauschbar. Die Kernfunktion ist und bleibt bei jeder Karte das Bezahlen von Waren und Dienstleistungen», hält Stefan Rüesch von comparis.ch fest.

Allerdings lassen sich die Kunden trotz ihrer Zurückhaltung nicht davon abhalten, von den Gutschriften zu profitieren. 77 Prozent der Besitzer von Karten mit Bonusprogrammen sagen, dass sie die angesammelten Flugmeilen, Punkte oder Gutscheine regelmässig oder ab und zu einlösen. Nur 16 Prozent lassen die Gutschriften meistens verfallen oder haben sie noch nie eingelöst.

Drei Viertel haben Dienstleistungen noch nie beansprucht Ein anderes Bild zeigt sich bei den weiteren Zusatzangeboten. Lediglich 21 Prozent der Besitzer von Karten mit Zusatzleistungen haben diese bereits einmal beansprucht: 9 Prozent haben Dienste der Versicherungen genutzt, 7 Prozent vergünstigt ein Auto gemietet, 2 Prozent den «Assistance Service» angerufen, 6 Prozent eine andere Dienstleistung beansprucht. 76 Prozent dagegen sagen, noch nie eine Zusatzleistung genutzt zu haben, obwohl ihre Karte solche enthält.

Bonusprogramme oder Versicherungen können durchaus von Nutzen sein. Dennoch gilt: «Wer eine Karte abschliessen will, darf sich von den Werbungen nicht verführen lassen und sollte abklären, was für ein Bonusprogramm ihm wirklich etwas bringt», sagt Stefan Rüesch von comparis.ch. Denn die allfällig positiven

Effekte der Zusatzleistungen sind nur die eine Seite der Medaille. Die andere sind die Jahresgebühren, die Preise der Geldbezüge oder die Verzugszinsen. «Keine Zusatzleistung und kein Bonusprogramm ersetzen den Preisvergleich», hält Stefan Rüesch fest.

Anbieter erhalten gute Noten Im Grossen und Ganzen zeigen sich die Kreditkartenbesitzer äusserst zufrieden mit ihren Anbietern. Im zweiten Teil der Umfrage, der jährlichen Erhebung der Kundenzufriedenheit durch comparis.ch, konnten die Befragten mehrere Kriterien bewerten. Sie äusserten sich zur Abwicklung des Kreditantrages, zur Ausgabenlimite, zu den Gebühren und Kosten sowie zur Verständlichkeit und Übersichtlichkeit der Abrechnung. Ebenfalls bewertet wurden die Zusatzleistungen, die Zahlungskonditionen und die Hilfestellung, wenn die Karte verloren geht oder gestohlen wird. Die Bewertungen entsprechen den Schweizer Schulnoten.

Insgesamt erhielten die 16 bedeutenden Kreditkarten-Anbieter die Note «gut». Die Kreditkarten-besitzer verteilten Gesamtnoten zwischen 5,1 und 5,3. Am besten schnitten die Berner und die Waadtländer Kantonalbank, die Bank Coop sowie die Cumulus-MasterCard und die Migros Bank ab. Am unteren Ende liegen die Grossbanken CS und UBS sowie Bonus Card und Cornèr Bank - wobei auch diese vier Anbieter mit 5,1 die Note «gut» erhalten haben.

Kontakt:

Stefan Rüesch
Banken-Experte
Telefon: 044 360 34 00
E-Mail: media@comparis.ch
www.comparis.ch/finanzen

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003671/100721240> abgerufen werden.