



Der Markt für Guthabekarten

Multiclient-Studie innerhalb des GfK Consumer Panels

GfK Consumer Panels & Services | Juni 2019



Hintergrund & Zielsetzung der Studie



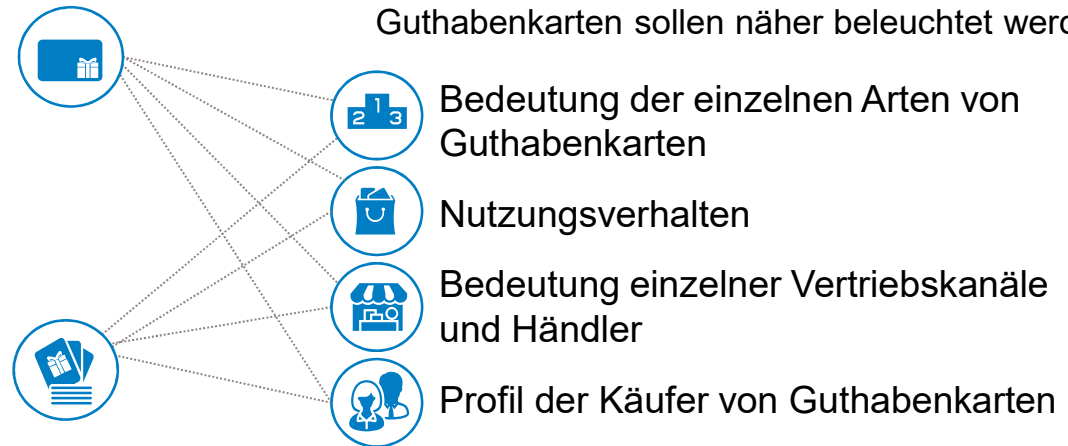
Hintergrund

Guthabekarten haben in den Kassenzonen der großen Handelsunternehmen deutlich an Bedeutung gewonnen, immer mehr Händler bieten diese an.

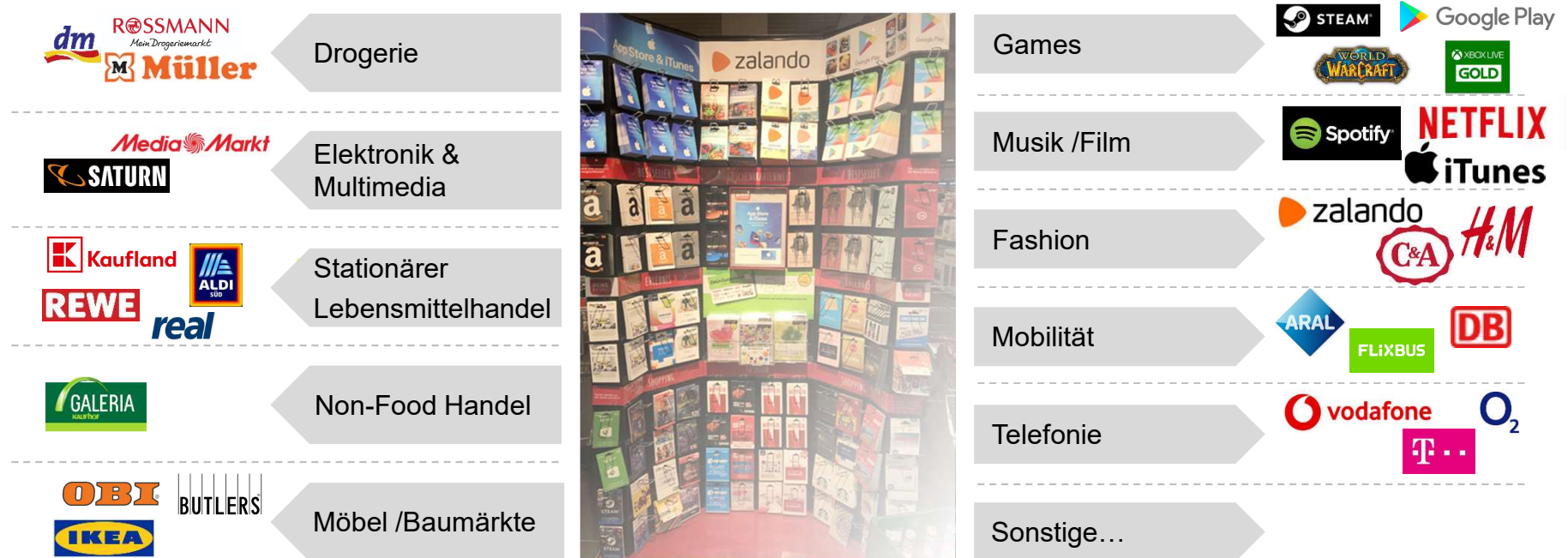
Die Vielfalt der unterschiedlichen Karten reicht von Telefon-Prepaid-Karten über Entertainment-Angebote wie Games, Film und Musik bis hin zu Fashion, Lifestyle, Technik und weiteren Bereichen.

Zielsetzung

Die folgenden Aspekte des Marktes für Guthabekarten sollen näher beleuchtet werden:



Das Spektrum der Guthabenkarten erstreckt sich über viele verschiedene Bereiche:



Studiensteckbrief



Methode

Schriftliche Online-Befragung im GfK Media-Scope Panel bei Personen ab 10 Jahren

Feldzeit

Januar 2019

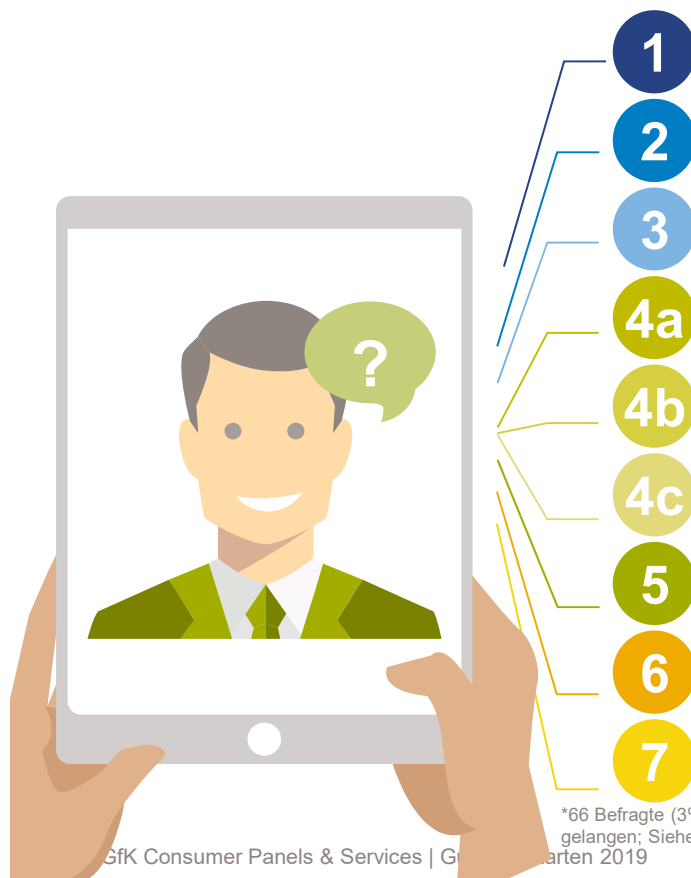
Zielgruppe /Quoten

Repräsentativ für die deutsche Online-Bevölkerung ab 10 Jahren

Stichprobengröße

Netto 14.101 Befragte, davon 2.335 Guthabekarten-Käufer (17%)

Übersicht über die Fragen



- 1** **Haben Sie** in den letzten sechs Monaten (Juli bis Dezember 2018) mindestens eine **Guthabenkarte gekauft?** (Zustimmung: 17%; Basis der weiteren Fragen; n= 2.335)

- 2** **Wie viele Guthabenkarten** haben Sie insgesamt in den letzten sechs Monaten (Juli bis Dezember 2018) gekauft?

- 3** Für **welchen Anbieter** haben Sie eine Guthabenkarte gekauft? (Max. 8 Karten erfasst*)

- 4a** **Wo** haben Sie die oben genannte Guthabenkarte gekauft? (Max. 8 Karten erfasst*)

- 4b** **Welchen Wert** hat bzw. hatte diese? (Max. 8 Karten erfasst*)

- 4c** **Für wen** haben Sie diese Karte gekauft? (Selbst, im Auftrag, Geschenk) (Max. 8 Karten erfasst*)

- 5** **Wie viel** haben Sie insgesamt für die [Anzahl aus Frage 2] Guthabenkarten **ausgegeben?**

- 6** Bitte geben Sie an, **warum** Sie persönlich **Guthabenkarten kaufen?** (Mehrfachantworten möglich)

- 7** **Präferenzen beim Kauf** von Guthabenkarten (Zustimmung Aussagen)

*66 Befragte (3%) fallen bei der Abfrage nach konkreten Karten aus. Diese werden bei den Fragen 3 und 4 um-prozentuiert, um auf 100% der Frage 1 zu gelangen; Siehe Anhang für detaillierte Fallzahlen.



Agenda Teil 1, Anbieter der Guthabekarten nach Bereichen 1/2

Oberbereich	Unterbereich	Anbieter	Seite
Total			09 bis 19
Erlebnisse			
	Events	Einkaufszentren, Jochen Schweitzer	
	Kino	Kinos	
Home-Entertainment			20 bis 25
	Games		26 bis 31
	Games -Shops	Play Station Store, Steam, Nintendo eShop, Xbox	
	Games -Netzwerke	Play Station Plus, Xbox Live Gold	
	Games -Inhalte	FiFa Points, League of Legends	
	Home-Entertainment Universal	Apple Store & iTunes	
	Audio /Bewegtbild	Netflix, Spotify, DAZN, Apple Music	
Logistik			
	Tanken	Tankstellen	
	Mobilität	Die Bahn, Flixbus	



Agenda Teil 1, Anbieter der Guthabekarten nach Bereichen 2/2

Oberbereich	Unterbereich	Anbieter	Seite
Non-Food			32 bis 37
	Universal-Handel	Amazon, Kaufhof, Karstadt, Tchibo	38 bis 43
	Drogerie /Parfümerie	dm, Douglas, Müller dm, Rossmann	44 bis 49
	Möbel /Baumärkte	Ikea, Obi, Depot, Toom, Bauhaus, Hagebau, Hornbach	50 bis 55
	Fashion	H&M, C&A, Zalando, Deichmann, Ernstings' Family, Adler	56 bis 61
	Elektronik-/Multimedia-Handel	MediaMarkt, Saturn, Conrad Elektronik	62 bis 67
	Outdoor /Sport	Decathlon, Intersport, Globetrotter, Sport Scheck	
	Kinder	Toys'R'Us, MyToys, Spielmax	
Telefonie		ALDI Talk, Vodafone, O2, Telekom D1, NettoKom, Congstar, Blau, E Plus, Lidl Connect, K-Klassik Mobil, Ja Mobil, Fonic	68 bis 73
Stationärer LEH			74 bis 79
	Discounter	Netto, ALDI SÜD, ALDI Nord, Lidl, Penny	
	LEH	Rewe, Edeka	
	SB-Warenhaus	Kaufland, real.-, Globus	
	Bio-Supermarkt	Alnatura, denn's	



Agenda Teil 2, Vertrieb der Guthabekarten nach Geschäftstypen

Geschäftstyp	Vertriebskanäle	Seite
Total		80 bis 86
Discounter	ALDI SÜD, ALDI Nord, Disca, Lidl, Netto, Norma, Penny	87 bis 93
Drogeriemärkte	Budnikowski, dm, Drogerien, Müller DM, Rossmann	94 bis 99
LEH-Vollsortimenter Food	CITTI, E-Center, EDEKA, -Neukauf, -Aktiv, Famila, Hit, inkoop, Konsum, nah und gut, Nahkauf, Rewe, Rewe, -City, -Ihr Kaufpark, -XL, SKY, Tegut, Wasgau	100 bis 105
Kauf- und Warenhäuser	Amazon, -fresh, Bader, ebay, Galleria Kaufhof, Karstadt, OTTO-Versand	106 bis 111
Tankstellen	Tankstellen (Flaggen nicht explizit erfragt)	112 bis 116
Elektro-Fachmärkte	Expert, -Benning, MediaMarkt, Saturn,	117 bis 122
SB-Warenhäuser	Globus, Kaufland, Marktkauf, real.-	123 bis 128
Textil-Häuser	Adler, C&A, Decathlon, Ernstings' Family, Esprit, Gerry Weber, Globetrotter, H&M, Hunkemöller, Jack&Jones, KIK, Takko, Zalando, Zara	
Buchhandlung		
Einrichtungshäuser		
Kosmetik/Parfümerien		



TOTAL

**Der komplette Ergebnisbericht kann für 9.500€
und ein Einzelbereich für 3.950€
bezogen werden.**



Ihre Ansprechpartner bei GfK Shopper



Frank Wiborny
Senior Manager | Advanced Solutions
Frank.Wiborny@gfk.com
+49 40 5561 5992

