

PRESSEINFORMATION

## **DeutschlandCard geht an den Start**

*Neues Multipartner-Bonusprogramm ab dem 3. März auf dem Markt - starke Partner und einzigartige Prämien - Studie bestätigt großes Interesse an Multipartnerprogrammen*

München, 25. Februar 2008. Die DeutschlandCard GmbH hat heute das neue Multipartner-Bonusprogramm DeutschlandCard angekündigt. Bereits zum Start nehmen starke Partnerunternehmen an dem Programm teil: EDEKA und Marktkauf mit teilnehmenden Geschäften, die Deutsche Bank, der Pharmagroßhändler GEHE mit den teilnehmenden gesund leben Partner-Apotheken, der Last-Minute-Spezialist L'TUR und die porta-Einrichtungshäuser. Die DeutschlandCard ist für die Verbraucher ab dem 3. März 2008 bei allen teilnehmenden Partnern sowie im Internet kostenfrei erhältlich. Eine von DeutschlandCard in Auftrag gegebene aktuelle Studie der GfK bestätigt das große Interesse an Multipartnerprogrammen bei den deutschen Konsumenten.

„Wir sind stolz, dass wir bereits zum Start des Programms mit einer Vielzahl von Filialen und Geschäftsstellen renommierter Unternehmen eine starke Präsenz im Markt haben, das ist bemerkenswert für den Markteintritt eines Kundenprogramms“, erklärt Markus Schmedtmann, Geschäftsführer arvato services und DeutschlandCard GmbH. „Kunden der DeutschlandCard haben von Beginn an viele Möglichkeiten, Punkte zu sammeln.“ Das Besondere an der DeutschlandCard ist, dass das sich mit den teilnehmenden EDEKA- und Marktkauf-Geschäften sowohl ein klassischer Lebensmitteleinzelhändler (EDEKA) als auch ein SB Warenhaus (Marktkauf) beteiligen. Zudem konnte mit der Deutschen Bank ein Finanzinstitut gewonnen werden, das für eine Vielzahl von Bankgeschäften Punkte vergibt. Weitere Partner sind der Pharmagroßhändler GEHE mit den teilnehmenden gesund leben Partner-Apotheken, die porta-Einrichtungshäuser und der Spezialist für Last-Minute-Reisen L'TUR. Über ein innovatives Regionalpartnerkonzept werden zudem bald regionale Partnerunternehmen in das Bonusprogramm integriert. Weitere Partner werden noch in 2008 angeschlossen.

### **Das Programm**

Die DeutschlandCard ist ein branchenübergreifendes Multipartner-Bonusprogramm. Ab dem 3. März 2008 können Verbraucher in Deutschland bei allen teilnehmenden Geschäften der Partnerunternehmen mit der kostenlosen DeutschlandCard Punkte sammeln und diese in wertvolle Prämien einlösen oder spenden. Insgesamt werden mehr als 20 Millionen Karten ab Start verfügbar sein.

Die Bonuskarte ist mit vier verschiedenen Motiven erhältlich: Semper Oper in Dresden, Frankfurter Skyline bei Nacht, Leuchtturm an der Küste, Alpenlandschaft mit Schloss Neuschwanstein. „In wenigen Wochen startet eine breit angelegte Print- und TV-Kampagne, die die Einführung der neuen Kundenkarte begleitet“, so Schmedtmann. DeutschlandCard GmbH. „Das jährliche Mediovolumen liegt im zweistelligen Millionenbereich allein für Print und TV. Hinzu kommen ein Direktmarketingvolumen in einer ähnlichen Größenordnung und die Marketingaktivitäten der Partner.“

### **Punkte sammeln mit der DeutschlandCard**

Mit der DeutschlandCard können schnell viele Punkte gesammelt werden. Für das Einlösen der Punkte hat der Verbraucher drei verschiedene Möglichkeiten: direkt in den teilnehmenden Filialen und Geschäftsstellen der Partner, die eine solche Einlösemöglichkeit bieten, im DeutschlandCard Prämienshop oder als Spende. In den angeschlossenen Geschäften kann er die Punkte entweder für den Einkauf verwenden oder beispielsweise bei teilnehmenden EDEKA-Geschäften direkt an der Kasse eine Sachprämie bestellen. Darüber hinaus bietet die DeutschlandCard immer wieder besondere Erlebnisse als Prämie, wie z.B. VIP-Tickets für Konzerte (begrenzte Anzahl). Spendenpartner der DeutschlandCard sind SOS-Kinderdorf e.V., die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe sowie die Andreas Gärtner-Stiftung, die Menschen mit geistiger Behinderung fördert und integriert.

### **Aktuelle Studienergebnisse**

Eine von der DeutschlandCard GmbH in Auftrag gegebene aktuelle, repräsentative Studie der GfK Marktforschung zeigt, dass es das ideale Multipartnerprogramm nach Auffassung von knapp zwei Drittel aller deutschen Konsumenten derzeit auf dem deutschen Markt noch nicht gibt. 70 Prozent der Endverbraucher bevorzugen ein Multipartnerprogramm gegenüber einer Individualkarte, mit der man nur bei einem Unternehmen Punkte sammeln kann. Die in der Studie von den Konsumenten formulierten Anforderungen zeigen, dass ein Multipartnerprogramm ein breites Portfolio an teilnehmenden Geschäften in der eigenen Region bis hin zum Händler „direkt um die Ecke“ bieten muss (79 Prozent), bei denen man mindestens einmal pro Woche einkauft (82 Prozent) und so schnell viele Punkte und Prämien erzielen kann. Knapp drei Viertel der Konsumenten sind interessiert an einem Multipartnerprogramm das diese Anforderungen und Erwartungen aufnimmt und umsetzt. Den Ergebnissen liegt die Befragung von 500 repräsentativ ausgewählten Personen ab 14 Jahren zugrunde. „Die Umfrageergebnisse der GfK zeigen, dass wir mit dem Konzept der DeutschlandCard genau ins Schwarze treffen“, erklärt Dr. Alexandra Ranzinger, Geschäftsführerin Marketing und Vertrieb der DeutschlandCard GmbH. „Zudem gehen wir mit innovativen Programmbestandteilen gezielt auf die Bedürfnisse des modernen Verbrauchers ein. Ein Beispiel hierfür ist das Einlösen von Punkten für Kinderkrippenplätze.“

„Bertelsmann und insbesondere die arvato AG haben umfangreiche Erfahrungen mit der erfolgreichen Umsetzung von Kundenbindungsprogrammen. Bei der DeutschlandCard profitieren sowohl die Partnerunternehmen als auch die Endverbraucher von diesen Erfahrungen“, erläutert Rolf Buch, Vorstandsvorsitzender arvato AG, die Synergien innerhalb des Hauses. „Von den IT Services, der Karten- und Mailingproduktion und den Callcentern bis hin zu den Medien der RTL Gruppe und Gruner & Jahr sowie Sony BMG stehen zahlreiche Bertelsmann-Unternehmen für die professionelle Umsetzung und den Erfolg des Projektes.“

### **Partnerstimmen zur DeutschlandCard:**

*Frank Strauß, Vorsitzender der Geschäftsleitung Privat- und Geschäftskunden*

*Deutschland, Deutsche Bank AG:* „Die DeutschlandCard ist unser „Dankeschön-Programm“. Als Partner der DeutschlandCard haben wir attraktive Möglichkeiten, treue Kunden zu belohnen und Neukunden willkommen zu heißen. Mit der DeutschlandCard sind wir künftig noch stärker dort präsent, wo unsere Kunden sind.“

*Markus Mosa, Vorstand EDEKA AG:* „Mit der DeutschlandCard setzen wir ein

Kundenbindungsprogramm auf, das den Einkauf bei den teilnehmenden EDEKA-Filialen noch

attraktiver macht. Großer Vorteil für die Kunden: Die erworbenen Punkte können unmittelbar beim Einkauf an der Kasse der teilnehmenden Geschäfte eingesetzt werden. Darüber hinaus bietet das Regionalpartnerprogramm die Möglichkeit, dass unsere angebondenen selbstständigen EDEKA-Einzelhändler in ihrer jeweiligen Stadt und Region attraktive Handelspartner für das Kartensystem gewinnen können. Die Karte wird für die Kunden somit vielfach einsetzbar."

*André Blümel, Vorsitzender der Geschäftsführung GEHE Pharma Handel GmbH:* „Die DeutschlandCard passt hervorragend zu den teilnehmenden gesund leben Partner-Apotheken. Die Karte ist gewissermaßen ein Premiumprodukt, fügt sich also sehr gut in das Programm von „gesund leben“ ein. Gesund leben-Apotheken stehen für Kompetenz, gute Beratung und gute Produkte. Das Potenzial der Karte ist aus unserer Sicht sehr groß. Das werden die Apotheken unserer Kooperation an steigenden Kundenzahlen und besserer Kundenbindung, vor allem aber die Apothekenkunden selbst deutlich merken: Die DeutschlandCard ist ein Mehrwert aus der Apotheke.“

*Markus Faller, Vorstand Marketing L´TUR:* „Wir haben uns für die DeutschlandCard entschieden, weil unsere Kunden dadurch doppelt profitieren: Erstens sparen sie durch eine Buchung bei L´TUR und zweitens erhalten sie nun zusätzlich Punkte, die sie bei einem der Top-Partner oder direkt bei uns einlösen können.“

*Kurt Jox, Sprecher der porta-Geschäftsführung:* „Für die porta-Teilnahme am DeutschlandCard-Programm ist entscheidend, dass unsere Kunden attraktive Vorteile erhalten und sich die DeutschlandCard somit für unsere Kunden lohnt. Neben der breiten Palette der beteiligten Handelspartner ist für uns als ein führendes familiengeführtes Einrichtungsunternehmen in Deutschland außerdem wichtig, dass sich hier führende Unternehmen ihrer Branche zusammengeschlossen haben.“

#### **Über DeutschlandCard GmbH**

Die DeutschlandCard GmbH, ein Tochterunternehmen des internationalen Medien- und Kommunikationsdienstleisters arvato AG, hat ein neues Multipartner-Bonusprogramm entwickelt: die DeutschlandCard. Mit der DeutschlandCard können Verbraucher in jeweils teilnehmenden Geschäften zahlreicher Partnerunternehmen, wie EDEKA und Marktkauf, der Deutschen Bank, den gesund leben Partner-Apotheken, dem Last-Minute-Spezialist L´TUR und den porta-Einrichtungshäusern Punkte sammeln, diese in wertvolle Sach- und Erlebnisprämien einlösen oder an gemeinnützige Organisationen in Deutschland spenden. Das Bonuskartenprogramm stellt eine effektive und effiziente Kundenbeziehungsmanagement-Lösung für Unternehmen aller endkundenorientierten Branchen. Teilnehmende Unternehmen verbessern die Kundenbindung, erhalten Zugang zu neuen Zielgruppen und steigern ihre Markenbekanntheit. Sitz der DeutschlandCard GmbH ist München.

#### **Über Deutsche Bank AG**

Die Deutsche Bank ist eine weltweit tätige Investmentbank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft sowie sich gegenseitig verstärkenden Geschäftsfeldern. Führend in Deutschland und Europa wächst die Bank verstärkt in Nordamerika, Asien und anderen Wachstumsmärkten. Mit 78.291 Mitarbeitern in 76 Ländern bietet die Deutsche Bank weltweit einen umfassenden Service. Ziel der Bank ist es, der global führende Anbieter von Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden zu sein und damit nachhaltig Mehrwert für Aktionäre und Mitarbeiter zu schaffen. [www.deutsche-bank.de](http://www.deutsche-bank.de)

### **Über die EDEKA-Gruppe**

Die Hamburger EDEKA-Gruppe ist mit einem Umsatz von rund 38 Milliarden Euro und annähernd 10.000 Märkten das führende Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die Fokussierung auf die Vertriebsparten unternehmergeführte Super- und Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und das Discount-Segment gewährleistet ein profitables Wachstum. Auch im Jubiläumsjahr 2007 hat die Gruppe neue Bestmarken erreicht und die Umsätze im Kerngeschäft deutlich gesteigert. Basis des Erfolgs sind die 4.700 selbstständigen Einzelhandelskaufleute. Auch das Tochterunternehmen Netto Marken-Discount prägt die Dynamik der Gruppe wesentlich mit. Mit 200 neuen EDEKA-Märkten und 170 Netto-Märkten pro Jahr wird EDEKA auch in Zukunft weiter expandieren. Die EDEKA-Gruppe beschäftigt mehr als 253.000 Mitarbeiter und ist mit 12.200 Auszubildenden Deutschlands größter Ausbilder.

### **Über GEHE Pharma Handel GmbH/gesund leben-Apotheken**

Das pharmazeutische Großhandelsunternehmen GEHE Pharma Handel GmbH ist das deutsche Tochterunternehmen der Celesio AG. GEHE beliefert aus 20 Niederlassungen bundesweit täglich Apotheken mit Arzneimitteln und trägt damit zur sicheren Arzneimittelversorgung in Deutschland bei. Darüber hinaus unterstützt der Stuttgarter Pharmahändler seine Kunden mit Dienstleistungen im Apothekenmarketing und Apothekenmanagement. „gesund leben“ ist das Markenzeichen der führenden Kooperation inhabergeführter Apotheken in Deutschland. Im Jahr 2004 von GEHE gegründet, gehören der „gesund leben“-Kooperation bundesweit rund 2.600 Apotheken und 34 Partner der pharmazeutischen Industrie an. Arzneimittelsicherheit und -verfügbarkeit, hochwertige Gesundheitsprodukte und -services bilden den Kern des gemeinsamen Handelns. Der gemeinsame Slogan „gesund leben bringt Lebensqualität“ verspricht den Kunden mehr Qualität.

### **Über L'TUR Tourismus AG**

Europas Marktführer für Last-Minute-Reisen erzielte 2007 mit 784.000 Kunden einen Umsatz in Höhe von 365 Millionen Euro. Die TUI AG ist an L'TUR mit 46 Prozent und die Thomas Cook AG mit zehn Prozent beteiligt; Karlheinz Kögel, Gründer und Vorstandsvorsitzender, hält 44 Prozent. Die Last-Minute-Reisen mit Abflügen in den nächsten vier Wochen sind bis wenige Stunden vor Start buchbar - und garantiert günstig. Täglich gibt es mehr als eine Million Angebote von rund 5.000 Hotels und 100 Fluggesellschaften - wie etwa Lufthansa, TUIfly, Condor, Air Berlin und Germanwings. Die Last-Minute-Reisen sind exklusiv in 165 L'TUR-Shops, per Telefon (0180 5 212121) und unter [www.ltur.de](http://www.ltur.de) buchbar. Weitere Informationen und Bildmaterial erhalten Sie unter: [www.ltur-presse.de](http://www.ltur-presse.de).

### **Über Porta Möbel Handels GmbH & Co. KG**

porta ist mit derzeit 20 Einrichtungshäusern eines der größten familiengeführten Einrichtungsunternehmen in Deutschland und zugleich eines der führenden Unternehmen der Branche. Das von Wilhelm Fahrenkamp und Hermann Gärtner in Porta Westfalica (Nordrhein-Westfalen) gegründete Unternehmen kann auf eine mehr als 40-jährige Erfolgsgeschichte zurückblicken. Mit rund 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwirtschaftet die porta-Gruppe einen Jahresumsatz von rund einer Milliarde Euro. In der zweiten Generation führen Birgit Gärtner und Achim Fahrenkamp sowie Kurt Jox (Unternehmenssprecher) die Geschäfte.

### **Pressekontakt:**

DeutschlandCard GmbH  
Nadine Gabriel  
Tel.: 089 - 41 36 - 78 01  
E-Mail: [nadine.gabriel@bertelsmann.de](mailto:nadine.gabriel@bertelsmann.de)

fischerAppelt Kommunikation München GmbH  
Caroline Reich  
Tel: 089 - 7474 - 6619  
E-Mail: [deutschlandcard@fischerAppelt.de](mailto:deutschlandcard@fischerAppelt.de)