

Frust über Edekas neues Payback-Programm: Kunden sind enttäuscht!

Edeka führt ab 2025 das Payback-Programm ein, während Kunden frustriert über die Umstellung sind und Filialen variieren.

Dortmund, Deutschland - Der Einzelhandel in Deutschland befindet sich im Umbruch, insbesondere in Bezug auf Kundenbindungsprogramme. Zu den Akteuren, die in diesem Wettbewerb eine entscheidende Rolle spielen, gehören die Supermärkte Edeka und Netto, die kürzlich das neue Punkteprogramm Payback eingeführt haben. Dabei müssen die Kunden anstelle der bisherigen Deutschlandcard nun ihre Payback-Karte vorzeigen, um von den Vorteilen des Bonusprogramms zu profitieren. Die Reaktionen auf diese Neuerung sind jedoch gemischt.

Gerade in sozialen Medien äußern viele Kunden ihren Frust über die Einführung des neuen Programms. Manche Edeka-Filialen, darunter auch einige in Dortmund, lehnen es ab, Payback-Punkte zu akzeptieren. Ein Filialleiter berichtete, dass die Teilnahme am Payback-Programm seine Filiale zwischen 50.000 und 100.000 Euro kosten würde, was für kleinere Märkte nicht wirtschaftlich tragbar erscheint. Kunden kritisieren zudem, dass sie für jeden Supermarkt, in dem sie einkaufen, eine eigene Bonuskarte benötigen, was als unpraktisch und unvorteilhaft empfunden wird. Ein Beispiel einer Kundin verdeutlicht die Unzufriedenheit: Sie sieht keine Ersparnisse durch die bestehenden Bonusprogramme.

Details zur Einführung von Payback bei

Edeka

Die Einführung des Payback-Programms bei Edeka fällt zeitlich mit der Beendigung der Partnerschaft zwischen Rewe und Payback zusammen. Ab dem 1. Januar 2025 können die Kunden bei Edeka mit Payback-Punkten sammeln, die ersten Punkte lassen sich ab März 2025 eintauschen. Bis Ende Februar 2025 kann dagegen die Deutschlandcard weiterhin in den Edeka-Märkten genutzt werden, wird aber danach durch das neue Programm abgelöst. Die Deutschlandcard bleibt jedoch bei Partnern außerhalb von Edeka gültig.

Weiterhin ist es wichtig zu erwähnen, dass die Teilnahme am Payback-Programm von den Marktinhabern und selbstständigen Kaufleuten entschieden werden kann, was bedeutet, dass nicht alle Edeka-Filialen den neuen Dienst anbieten. Besonders in der Edeka-Region Hessenring wird Payback nicht anerkannt, was zusätzliche Verwirrung stiftet.

Der Markt und die Konkurrenz

Payback ist ein bekanntes Multipartner-Programm in Deutschland, das von vielen Händlern, darunter auch die Discounter Lidl, Penny und Netto, verwendet wird. Der Einzelhandel versucht hierbei, Marktanteile zurückzugewinnen und Kunden durch verschiedene Angebote und Rabattaktionen zu gewinnen. Edeka hat über 30 Millionen Nutzer, die in das Payback-System eingegliedert werden sollen, während Rewe sich auf Eigenentwicklungen konzentriert und seine Partnerschaft mit Payback beendet. Künftige Programme sollen sicherstellen, dass Kunden stärker in die eigene Markenwelt integriert werden.

Die Einführung und Nutzung solcher Bonusprogramme sind strategisch entscheidend, da Experten darauf hinweisen, dass die Kundengewinnung kostspielig sei und Händler oftmals unter dem Druck stehen, durch hohe Rabatte und Tiefstpreise zu konkurrieren. Ob diese Counterschritte langfristig erfolgreich

sind, bleibt abzuwarten.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Dortmund, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.derwesten.de• www.giga.de• www.tagesschau.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de