

„Je stärker die Vernetzung, desto mehr Reichweite“

Payback hat über drei Mio. Kunden. Geschäftsführer Walter Lukner zieht eine Zwischenbilanz und blickt in eine Zukunft mit „Chamäleons“ und Triggern.

... Von Georg Sander

Wer kennt nicht die allgegenwärtige Frage nach der Bonuskarte beim Einkauf?

Und so hat man in Geschäft A die eine Kundenkarte, in Shop B die nächste und in C eine weitere. Das wäre doch etwas: Eine für alle, sei es eine Karte, sei es eine App. Wer bei Payback dabei ist, hat das schon – sinngemäß. Seit 2018 ist das Unternehmen in Österreich aktiv, aktuell hat man 3,2 Mio. Kunden. Von hier aus geht es für das Unternehmen weiter in die Slowakei, Tschechien, Ungarn, Slowenien, Kroatien und Bosnien.

Zum medianet-TV-Talk in der retail conversations Shopping Mall begrüßte Herausgeber Oliver Jonke den Geschäftsführer der Payback Austria GmbH, Walter Lukner, der sein Kundenbindungsprogramm auch als Differentiator für individuelle Erwartungen der Partnerunternehmen sieht und die „Chamäleon-Funktion“ seiner App als besonderes Asset herausstreicht.

Viel Erfahrung

Lukner arbeitet seit 2009 für das 2000 in Deutschland gegründete Bonussystem Payback. Eingangs zieht er Zwischenbilanz nach vier Jahren Payback in Österreich: „Sehr gut. Wir sind gestartet und wussten, dass sich der Österreicher für das Sammeln interessiert – es gibt hier sehr viele Kundenkarten. Wir kamen mit dem neuen Konzept der Multipartnerplattform.“ Vor allem hatte man damals Erfahrung, in großen Märkten wie Polen mit

