

# Bindung oder Loyalität

**F**rüher habe ich mich beruflich für Kundenbindung und Kundenloyalität interessiert. Kundenbindung geht von Unternehmen aus, die mit allerlei Verlockungen (manchmal auch Fallen) Kunden an ihre Marke oder ihr Geschäft binden wollen.

Loyalität dagegen geht von Kunden aus, die einer Marke oder einem Geschäft freiwillig treu bleiben. Das war früher so. Heute werden allenthalben fast nur noch Loyalitätsprogramme eingesetzt: Kunden sammeln Bonuspunkte, Meilen oder Stempel für ihre Einkäufe, die sie bei Erreichen einer bestimmten Schwelle gegen Prämien eintauschen können – die neue Loyalität mit ein bisschen nachgeholfener Freiwilligkeit.

Mein Lieferant von Schoko-Nuss-Aufstrich hat neuerdings einen Gutschein über „1 Monat BahnCard 25“ in den durchsichtigen Schraubdeckel eingelegt. Auch wenn der Gutschein nur bis 31.11.2015 und nur für die 2. DB-Klasse gilt – eine feine Idee.

Die Schoko-Nuss-Aufstrich-Manager sollten aber keinem Fehlschluss erliegen. Meine Treue zur süßen Frühstücksfreude existiert völlig unabhängig von Gutscheinen. Ich bleibe sogar Duisburg treu - ohne Bonuspunkte, ohne Stempel, ohne Gutscheine. Obwohl...