

PRESSEINFORMATION

Neue Wege im Bereich der Kundenbindung

Regionalpartner-Programm der DeutschlandCard bietet regionalen und lokalen Unternehmen effektives Kundenbindungsinstrument - Studie bestätigt großes Verbraucherinteresse an lokalen Partnern

München, 18. Juni 2008. Ob Blumenladen, Friseur oder Sportgeschäft - DeutschlandCard, das neue Multipartner-Bonusprogramm, ermöglicht auch regionalen und lokalen Unternehmen als Partner am Kundenbindungsprogramm teilzunehmen. Über ein innovatives Regionalpartner-Konzept können Verbraucher nicht nur in teilnehmenden Geschäften von EDEKA und Marktkauf, der Deutschen Bank, den gesund leben Partner-Apotheken, dem Last-Minute-Spezialisten L'TUR, den porta-Einrichtungshäusern, Abele Optik und bei derzeit rund 30 Online-Partnern Punkte sammeln und diese in wertvolle Prämien einlösen, sondern auch „in Geschäften in der Nachbarschaft“. Zu den ersten Regionalpartnern gehören die Druckerei Starnberger Druckhaus in Starnberg, das Parkhotel in Gütersloh und das Berghotel Hoher Knochen in Schmallenberg. „Professionelle Kundenbindung ist heutzutage einer der bedeutendsten Erfolgsfaktoren“, so Dr. Alexandra Ranzinger, Geschäftsführerin DeutschlandCard GmbH. „Mit dem Regionalpartner-Programm bieten wir auch kleinen und mittelständischen Unternehmen ein effektives Instrument, um Neukunden zu gewinnen, Stammkunden zu binden und das Umsatzvolumen zu erhöhen.“ Sönke Tuchel, Geschäftsführer des Parkhotels Gütersloh, ergänzt: „Als Partner der DeutschlandCard werden wir für unsere Gäste noch attraktiver. Sie profitieren von den Vorteilen eines großen überregionalen Kundenbindungsprogramms und bekommen bei uns - quasi im Schlaf - Punkte obendrauf.“

Studie bestätigt Bedarf an Regionalpartnerprogramm

Rund 80 Prozent der Verbraucher wünschen sich im Rahmen eines Multipartner-Bonusprogramms ein breites Portfolio von teilnehmenden Geschäften in der eigenen Region bis hin zum Händler in der unmittelbaren Umgebung. Dies zeigt eine von der DeutschlandCard in Auftrag gegebene, repräsentative Studie der GfK-Marktforschung. „Die Umfrageergebnisse der GfK zeigen, dass wir mit dem Regionalpartner-Konzept als fester Bestandteil unseres Programms genau ins Schwarze treffen“, erklärt Ranzinger. Dabei profitieren alle Beteiligten von den Vorteilen des Regionalpartnerprogramms: Die regionalen und lokalen Unternehmen können das gesamte Potenzial eines Multipartnerprogramms nutzen, bestehende Kunden an sich binden, neue Kunden gewinnen und ihre Umsätze erhöhen. Die Programmteilnehmer erhalten weitere Möglichkeiten, Punkte zu sammeln und diese in wertvolle Prämien einzulösen. Und die überregional vertretenen Partner profitieren gerade auf lokaler Ebene von einer noch höheren Attraktivität der DeutschlandCard.

Umfassendes Leistungsportfolio

DeutschlandCard bietet den Regionalpartnern ein umfassendes Leistungspaket, mit dem sie sich als Partner der DeutschlandCard professionell präsentieren können. Neben einer einfachen technischen Anbindung, Schulungsunterlagen, einer Service-Hotline und einem umfangreichen Werbemittel-Paket, beinhaltet dies auch Unterstützung im Bereich Direktmarketing wie zum Beispiel zielgruppenspezifische Mailings. Dazu Steffen Danschacher, Inhaber Starnberger Druckhaus: „Dank der DeutschlandCard können wir unsere Werbemaßnahmen nun auch im regionalen Einzelhandel mit anderen Händlern bündeln und unsere Kunden direkt vor Ort personalisiert ansprechen. So bekommt jeder Kunde nur die Werbeinformation, die er wirklich braucht.“ Gezielte Einbindungen in Marketing- und PR-Aktionen sowie auf der Website von DeutschlandCard ergänzen das Angebot.

Anmelden können sich interessierte Unternehmen über das Bewerbungsformular, das im Internet unter www.deutschlandcard.de/regionalpartner zum Download bereit steht.

Über die DeutschlandCard GmbH

Die DeutschlandCard GmbH, ein Tochterunternehmen des internationalen Medien- und Kommunikationsdienstleisters arvato AG, hat am 3. März 2008 ein neues Multipartner-Bonusprogramm auf den Markt gebracht: die DeutschlandCard. Mit der DeutschlandCard können Verbraucher in jeweils teilnehmenden Geschäften der Partnerunternehmen wie EDEKA und Marktkauf, der Deutschen Bank, den gesund leben Partner-Apotheken, dem Last-Minute-Spezialisten L'TUR, den porta-Einrichtungshäusern, Abele Optik und bei derzeit rund 30 Online-Partnern Punkte sammeln. Die gesammelten Punkte können in wertvolle Sach- und Erlebnisprämien eingelöst werden. Darüber hinaus ist es auch möglich, die Punkte an das SOS Kinderdorf e.V., die Stiftung Deutsche Schlaganfallhilfe oder die Andreas Gärtner-Stiftung zu spenden. Sitz der DeutschlandCard GmbH ist München.

Weitere Informationen unter: www.DeutschlandCard.de, www.parkhotel-gt.de,
www.hoher-knochen.de, www.starnberger-druckhaus.de

Pressekontakt:
DeutschlandCard GmbH
Nadine Gabriel
Tel.: 089 - 41 36 - 78 01
E-Mail: nadine.gabriel@bertelsmann.de

fischerAppelt Kommunikation München GmbH
Tiina Decker
Tel.: 089 - 74 74 66 - 26
E-Mail: deutschlandcard@fischerAppelt.de