

Würzburg Card kommt im Herbst

Bonuspunkte für Kunden – Mehr Werbung und Umsatz für Partnergeschäfte

WÜRZBURG (MR) Eine Flut von Werbebotschaften zielt auf den Kunden. Seine persönliche Betreuung und Bindung hat deshalb ab dem Herbst die „Würzburg Card“ zum Ziel. 28 Würzburger Unternehmen aus Handel und Gastronomie wollen schon mit im Boot sein. „Die Würzburg Card wird auf jeden Fall kommen“, freut sich Mara Michel, Vorsitzende des Förderkreises „Würzburg macht Spaß“, schon jetzt.

Partner des Förderkreises ist die Erlanger danova GmbH, eine Tochter der defacto-Firmengruppe, die als Marktführer im Kundenkartenbereich bereits über 40 Kundenkarten

betreut: darunter Apollo-Optik, Motorola, Möbel Neubert, Siemens, Quelle Versicherungen und Wöhrl.

Auf funktionierende City-Card-Systeme kann danova-Geschäftsführer Klaus Hofmeier bereits in Eichstätt, Ravensburg, Oldenburg und Schweinfurt verweisen. Neben Würzburg sollen sie in diesem Jahr noch in Ansbach und Amberg eingeführt werden. Hofmeier ist vom Erfolg der Kundenkarten überzeugt: In Eichstätt stieg beispielsweise durch die Karte der städtische Umsatz in einem Jahr um 18 Prozent.

Für jeden seiner Einkäufe wird der Kunde mit seiner kostenlosen Würz-

burg Card ab Herbst Bonuspunkte bekommen. Anders als bei vergleichbaren Karten braucht es aber keine Mindestumsätze, um Gutschriften zu bekommen. Bei der Würzburg Card kann der Kunde seine erworbenen Bonuspunkte bei den Partnergeschäften sofort wieder in Ware umsetzen. Weitere Vorteile für die Karteninhaber erhofft sich Mara Michel durch Verhandlungen mit Schwimmbädern, Museen und anderen städtischen Einrichtungen.

Erst ab Herbst wird die kostenlose Würzburg Card in Handel und Gastronomie bestellt werden können.



Ab dem kommenden Herbst soll die Würzburg Card dazu beitragen, dass Würzburgs Handel und Gastronomie treue Kunden bindet und neue Kunden findet.

REPRO VB

27. Feb. 2002