

KUNDENBINDUNG: DIE GROSSEN UND KLEINEN IDEEN DER WIRTSCHAFT.

„East or west - home is best“ lautet ein altes Sprichwort, und das gilt auch für den Einkauf im eigenen Ort, wie alle Geschäftsleute wissen. Aber wie überzeugt man davon auch die Bevölkerung? Niederösterreichs Handelsbetriebe beweisen Einfallsreichtum bei kleinen und größeren Maßnahmen, um ihren Kundinnen und Kunden den Vorteil des kurzen Weges bewusst und das eigene Angebot schmackhaft zu machen.

> SEITE 3



Einkauf mit Heimvorteil.

Der Einkauf im eigenen Ort - ein Dauerthema für Geschäftsleute und Ortsplaner, für Handel und Ortskernbelebung. In Zeiten der stark ausgeprägten individuellen Mobilität scheint der Einkauf im Heimatort unattraktiv zu sein, obwohl sich dabei für jeden einzelnen Konsumenten Vorteile in vielfältiger Hinsicht ergeben. Diese Vorteile wirken sich auf das persönliche Wohlbefinden ebenso positiv aus, wie in der Geldbörse des Einzelnen - zwei Aspekte, die in unserer stressgeplagten Zeit, in der zudem immer öfter vom Sparen die Rede ist, nicht unwesentlich sind. Kundenbindung ist also gefragt, und ich bin stolz, dass Niederösterreichs Betriebe dabei Kreativität und Können beweisen.

Dr. Erwin Pröll

Landeshauptmann von Niederösterreich



Mehr Kunden - mehr Branchen - mehr Wert.

Kreativität und Innovation sind heutzutage zwei wesentliche Voraussetzungen, um auf dem Markt bestehen zu können.

Im Handel kommen diese beiden Kriterien vor allem bei der Kundenbindung und beim Marketing zum Tragen. Wirkungsvolle Attraktionen wie Einkaufskarten oder Werbeträger helfen aber auch, den Branchenmix zu erhalten.

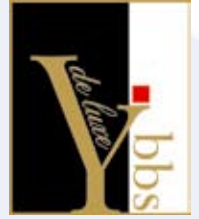
So entsteht ein Mehr-Wert für beide Seiten: für den Verkäufer - also letztlich für die gesamte Kaufmannschaft in einem Ort - sowie für den Käufer, der sich beim Einkaufen „zu Hause“ fühlen kann. Damit erreicht schließlich auch die Unterstützung der NAFES für Kundenbindungssysteme und Marketingmaßnahmen eine vielseitige und nachhaltige Dimension.

KommR Sonja Zwanzl

Präsidentin der Wirtschaftskammer NÖ

! experten-tipp

KUNDENBINDUNGSSYSTEM „EINKAUFSKARTE“: DOPPELT GESPART!



Österreichs Kaufmannschaften setzen auf eigene Kundenkarten. Das Motto „Fahr nicht fort - Kauf im Ort“ wird durch ein neuartiges Kundenbindungssystem unterstützt, sodass Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf im eigenen Ort gleich doppelt sparen: beim Sprit und beim Einkauf.

In Niederösterreich dient „Ybbs de luxe“, das in Ybbs erfolgreich eingeführte Kundenbindungssystem in Form einer Einkaufskarte, als Vorbild für zahlreiche Handelsstandorte. „Ybbs de luxe“ beweist: Es lohnt sich, auf eine Karte zu setzen!

VORAUSSETZUNG: KOOPERATION.

Initiativen für Kundenbindungssysteme sind nur dann sinnvoll, effektiv und leistbar, wenn sich möglichst viele Klein- und Mittelbetriebe im Ort zusammenschließen und die gewählte Strategie gemeinsam verfolgen. Nur so können Kundenbindungssysteme der Kaufkraftabwanderung zu großen Einkaufsketten entgegenwirken und den Konsumenten wieder zurück zum Einkauf im eigenen Ort führen.

EINFACHES PRINZIP - SPÜRBARE WIRKUNG.

Das Prinzip ist einfach: Jede Bürgerin und jeder Bürger erhält eine Kundenkarte, die in allen Mitgliedsgeschäften genutzt werden kann. Bei jedem Einkauf wird er mit Bonuspunkten belohnt. Diese Punkte können sofort bei weiteren Einkäufen, egal in welchem Geschäft, als Vergünstigungen wieder eingelöst werden. Durch die Kooperation wird eine große Auswahl an Geschäften geboten, sodass für den Konsumenten dabei ein vielfältiges und interessantes Angebot besteht.



Die Vorderseite der Ybbser „Golden Card“.

DIE RÜCKSEITE DES GESPARTEN EURO.

Ein solches interessantes Angebot mit einer Einkaufskarte als „Danke für den Einkauf“ im eigenen Ort bringt sowohl den Geschäftsleuten, als auch den Konsumentinnen und Konsumenten Ersparnisse. Der Einkaufende kann dabei aber noch ein zweites Mal sparen, denn für Besorgungen im eigenen Ort kann meistens das Auto stehen bleiben. Der Einkauf im eigenen Ort lässt sich auch zu Fuß oder mit dem Rad erledigen - das spart Sprit, was vor allem angesichts des stetig steigenden Benzinpreises nicht uninteressant ist, und fördert die Gesundheit bzw. Kondition.

ZUSATZPRÄMIEN.

Über das Kundenbindungssystem einer Einkaufskarte können dem Konsumenten auch noch andere Vorteile geboten werden, etwa gebührenfreies Parken oder Ermäßigungen bei Veranstaltungen, aber auch - was den persönlichen Kontakt sehr unterstützt - kleine Aufmerksamkeiten etwa zum Geburtstag als Stammkundenservice.

ERFOLG RUND UM DEN LADENTISCH.

Der Erfolg der Kundenbindung ist also auf mehreren Seiten sichtbar: Vor dem Ladentisch profitieren Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf im eigenen Ort in vielerlei Hinsicht, und eine Einkaufskarte macht ihnen diese Tatsache auch wieder bewusst. Hinter dem Ladentisch gewinnen durch die neue Attraktivität der Klein- und Mittelbetriebe des Handels die GeschäftsinhaberInnen sowie die Wirtschaft allgemein. Rund um den Ladentisch - sprich rund um das Geschäft - schließlich gewinnt der Ort: der Ortskern wird wieder belebt und somit die Nahversorgung für die Zukunft gesichert.



KONTAKT und INFOS

Markus Theuretzbacher
KUBID Systems & Powernight GmbH
T 07412/533 45-0
office@kubid.at
www.kubid.at



Die Rückseite bietet Platz für Infos oder Sponsorenhinweise.

Im Zentrum:

DER NEUE NAHVERSORGER IN WOLFSBACH.

Nachdem der Standort und das Geschäftslokal des Nahversorgers den heutigen Anforderungen nicht mehr entsprachen, hat sich die Gemeinde dazu entschlossen, an Stelle eines alten Vierkanthofs, ein neues Gemeindezentrum zu errichten.

Neben dem Gemeindeamt und diversen Vereinsräumen wurde auch ein neues Geschäftslokal mit einer Fläche von 500m² eingeplant. Der örtliche Nahversorger konnte so seinen Standort in ein attraktives Lokal verlegen. Am Samstag, den 08. November 2008 begrüßte Bürgermeister Franz Sturm Landesrätin Mag. Johanna Mikl-Leitner - die in Vertretung von Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll erschienen war. Gemeinsam eröffneten sie das Gemeindezentrum mit dem neuen, für die 1 800 EinwohnerInnen zählende Gemeinde wichtigen Geschäft, das die Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung von Wolfsbach verbessert



© Marktgemeinde Wolfsbach

„Damals war´s“:

HISTORISCHE SCHAUFENSTER IN HOLLABRUNN.

Hollabrunn feiert 100 Jahre Stadterhebung. Der Verein „Wir in Hollabrunn“ nahm dieses Jubiläum zum Anlass, in einer Schaufensteraktion zu zeigen, welche Betriebe sich damals in den einzelnen Geschäftshäusern befunden haben.

So konnte der optische Eindruck der Wirtschaftsstadt Ober-Hollabrunn anno 1908 vermittelt werden. Die einzelnen historischen Belege und die einheitlich gestalteten Plakate wurden von Mai bis Juni, viele auch darüber hinaus, in den Schaufenstern der Betriebe gezeigt.

Eine groß angelegte Gemeinschaftsaktion der Geschäftswelt unter dem Motto „Innerstädtisches Einkaufsvergnügen damals und heute“, ein Begleitband zur Plakatausstellung sowie eine Jubiläumsedition des Hollabrunner Einkaufsmagazins haben die Aktion abgerundet und verdeutlichen nachhaltig, wie wichtig eine funktionierende Geschäfts- und Betriebsstruktur für ein lebendiges Stadtzentrum schon damals war - und auch heute noch ist.

© Verein „Wir in Hollabrunn“



„Wir sind vom Fach“:

VIELSEITIGE INFOBROSCHÜRE IN SCHEIBBS.



Immerhin an die 700 Personen aus dem weiteren Umland besuchen pro Tag mindestens einen Arzt in der Bezirkshauptstadt Scheibbs - ein Potential, das auch für die Scheibbser Wirtschaft nicht uninteressant wäre.

Daher stellte der Verein „scheibbs.IM.PULS“ nach einem entsprechenden Gespräch mit einem Scheibbser Facharzt Überlegungen an, wie den PatientInnen aus dem Umland die Vorzüge und Angebote der örtlichen Wirtschaft schmackhaft gemacht werden könnten. Nach mehreren Gesprächsrunden unter Beteiligung der Ärztervertretung war schließlich klar, wie die Zusammenarbeit aussehen sollte: Der Verein „scheibbs.IM.PULS“ erstellte eine Broschüre, die alle Mitgliedsbetriebe und Ärzte umfasst. Die PatientInnen bekommen nach der Anmeldung beim Arzt gleichzeitig mit der Rückgabe der E-Card dieses Heftchen ausgehändigt und können so in der entstehenden Wartezeit das Scheibbser Wirtschaftsangebot studieren und nach dem Arztbesuch nutzen.

In der Broschüre gibt es außerdem auch einen Hinweis auf bestehende Kurzparkzonen sowie die Möglichkeit, eine Parkuhr auszufüllen (als Allonge abzutrennen). Auch die Stadtgemeinde Scheibbs unterstützt das Projekt: In der Broschüre findet sich für jeden Patienten ein Gutschein zum ermäßigten Eintritt in das Scheibbser Allwetterbad.

Werbeträger Tragetasche:

(FAST) GANZ HERZOGENBURG IM EINKAUFSSACKERL.

Der Verein „Interessensgemeinschaft der Wirtschaft Herzogenburg“ hat dieses Jahr seinen Mitgliedsbetrieben eine neue Werbefläche ermöglicht: einheitliche Tragetaschen. Damit auch jeder Betrieb versorgt werden konnte, wurden die Taschen in zwei verschiedenen Größen hergestellt.

Die insgesamt 28.000 „Einkaufssackerl“ bieten eine gute Werbemöglichkeit, denn die Rückseite ist für Firmeneinträge reserviert. Damit entsteht nicht nur ein einheitliches Bild beim Einkaufen, die Mitgliedsbetriebe sind auch ein Stück weiter zusammengedrückt - und der kleine Nebeneffekt am Rande: der Konsument weiß immer gleich, was er wo und bei wem bekommt.

Die erste Einkaufstasche wurde vom verantwortlichen Obmann Christian Seithhuber an eine treue Herzogenburg-Kundin überreicht. Und so wird neben der Tasche auch die Bevölkerung zum „Werbeträger“, indem sie künftig die Wirtschaft ihrer Heimatstadt nicht nur *in*, sondern auch *auf* dem Sackerl mit sich trägt.



© Verein „Interessensgemeinschaft der Wirtschaft Herzogenburg“

KONTAKT

NIEDERÖSTERREICHISCHE
ARBEITSGEMEINSCHAFT
ZUR FÖRDERUNG DES EINKAUFES
IN STADT- UND ORTSZENTREN

Dipl.-Ing. Alexandra Schlichting
Amt der NÖ Landesregierung
Abt. Raumordnung und Regionalpolitik
Landhausplatz 1 | 3109 St. Pölten
T 02742/9005-14902 | F 02742/9005-14170
alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Julia Karner
Wirtschaftskammer NÖ - Sparte Handel
Landsbergerstraße 1 | 3100 St. Pölten
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319
nafes@wknoe.at