

Sutterlüty beendet nach 20 Jahren die Vorteilskarten-Ära!

Sutterlüty stellt nach 20 Jahren die Vorteilskarte ein. Betroffen sind 120.000 Kunden. Punkte sammeln bis 30. Juni 2025 möglich.



Vorarlberg, Österreich - Die Vorarlberger Handelskette Sutterlüty hat entschieden, ihr Vorteilskarten-Programm nach über zwei Jahrzehnten zu beenden. **Vol.at** berichtet, dass rund 120.000 Kundinnen und Kunden von dieser Maßnahme betroffen sind. Die Einstellung des Programms wird in den kommenden Wochen stufenweise erfolgen, wobei das Punkte sammeln nur noch bis zum 30. Juni 2025 möglich ist.

Geschäftsführer Florian Sutterlüty betonte, dass die Entscheidung nicht leichtgefallen sei. Die Vorteilskarte hat über viele Jahre hinweg für regionale Verbundenheit, Vertrauen und Wertschätzung gestanden. Kunden konnten mit der Vorteilskarte Punkte sammeln, exklusive Angebote nutzen und an Aktionen

regionaler Partnerbetriebe teilnehmen. Sämtliche bereits gesammelten Punkte bleiben auch nach dem Stichtag gültig und können eingelöst werden.

Übergang und Sonderaktionen

Ab Juli 2025 plant Sutterlüty, spezielle Sonderaktionen anzubieten, um den Übergang für die Kunden zu erleichtern. Informationen zu Alternativen zur bisherigen Kundenbindung sind bislang jedoch noch nicht veröffentlicht worden. Die Vorteile der Vorteilskarte reichten bis zu 20% Rabatt auf Einkäufe und spezielle Aktionen wie 25% Rabatt auf ausgewählte Warengruppen an bestimmten Tagen, was dem Kunden einen zusätzlichen Anreiz bot.

Zusätzlich erhielten Vorteilskunden bei Sutterlüty Geburtstags-Gutscheine über 100 gratis Vorteilspunkte, einlösbar für 10% Rabatt auf einen Einkauf. Ein weiterer Anreiz bestand in der kostenlosen Vorarlberger Tageszeitung, die Kunden bei Vorlage ihrer Vorteilskarte an der Kasse erhielten. Auch Hilfsaktionen, wie „Aufrunder bewirken Wunder“, bei denen Kunden an der Kasse aufrunden konnten, um Familien in Notlagen zu unterstützen, waren Teil des Programms. Diese Aktionen zeigten das soziale Engagement des Unternehmens.

Der Kontext der Kundenbindung

Die Entscheidung zur Beendigung des Vorteilskarten-Programms fällt in einen aktuellen Kontext, in dem Kundentreueprogramme in der Einzelhandelsbranche weit verbreitet sind. Laut **KPMG** verfolgen diese Programme das Ziel, den Kundinnen und Kunden Mehrwerte anzubieten – sei es in Form von Treuepunkten, Rabatten, Gutscheinen oder anderen exklusiven Vorteilen. Diese Maßnahmen sollen die Kundenbindung fördern und gleichzeitig den Umsatz der Händler steigern.

Die Wichtigkeit, die Zielgruppe und deren Bedürfnisse zu verstehen, bleibt dabei entscheidend. Händler müssen die

Erwartungen und Präferenzen der Konsumenten erfüllen, um attraktive Mehrwerte zu bieten. In einer Untersuchung, die im Rahmen des Consumer Barometers durchgeführt wurde, wurden 1.032 Konsument:innen repräsentativ befragt, um herauszufinden, welche Funktionen und Erwartungen sie an Loyalty-Apps haben.

Der Schritt von Sutterlüty, ein so lange etabliertes Programm einzustellen, könnte somit sowohl als Reaktion auf sich verändernde Marktbedingungen als auch auf die sich wandelnden Bedürfnisse der Kunden betrachtet werden. Die nächsten Schritte des Unternehmens werden zeigen, wie es seine Kundenbindung künftig neu gestalten will.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Vorarlberg, Österreich
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.vol.at• www.sutterluety.at• kpmg.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at