NACHRICHTEN
Österreich
03. Juni 2025

Sutterlüty: Ende der Kundenkarte nach 20 Jahren – Was jetzt?

Sutterlüty stellt nach 20 Jahren die Kundenkarte ein. Was Treuekunden ab Juli 2025 erwartet und die neuen Strategie umfasst.

Vienna, Österreich - Die Einzelhandelskette Sutterlüty hat die Entscheidung getroffen, die Vorteilskarte nach 20 Jahren einzustellen, was das Ende eines etablierten Kundenbindungsprogramms markiert. Laut **vienna.at** war die Karte weit verbreitet und bot den Kunden in Vorarlberg und darüber hinaus zahlreiche Vorteile, Rabatte und exklusive Angebote. Diese Maßnahme stellt nicht nur eine Umstellung für treue Kunden dar, sondern wirft auch die Frage auf, wie das Unternehmen künftig Kundenbindungen stärken möchte.

Geschäftsführer Florian Sutterlüty erklärte, dass die Entscheidung nicht leicht gefallen ist, da die Vorteilskarte für regionale Verbundenheit, Vertrauen und Wertschätzung steht.

Die Kunden können ihre gesammelten Punkte bis zum 30. Juni 2025 weiterhin nutzen, bevor das Programm endgültig beendet wird. Bereits gesammelte Punkte bleiben gültig und können nach wie vor eingelöst werden. Ab Juli 2025 plant das Unternehmen, spezielle Sonderaktionen zur Wertschätzung seiner Kundinnen und Kunden anzubieten. Dies wurde ebenfalls in einem Überblick auf der offiziellen **Sutterlüty-Website** bestätigt.

Zukünftige Schritte und Kundenbindung

Die Umstellung auf neue Kundenbindungsaktionen wird die Kunden betreffen, und Sutterlüty möchte sicherstellen, dass die Kunden rechtzeitig über die nächsten Schritte informiert werden. Hierzu sollen verschiedene Kommunikationskanäle genutzt werden, darunter Ländlemärkte, Flugblätter sowie digitale und persönliche Informationen. Daniel Drechsel, ein weiterer Geschäftsführer von Sutterlüty, bedankte sich bei den Kunden und regionalen Partnern für die Mitgestaltung und Nutzung der Vorteilskarte.

Kundenbindung bleibt ein zentrales Thema im Einzelhandel, wie auch ein Artikel von **smartstore.com** darlegt. Effektive Kundenbindungsprogramme schaffen emotionale Bindungen zur Marke und sind entscheidend für den langfristigen Erfolg. Das Unternehmen muss innovative Wege finden, um Kunden zu gewinnen und zu binden, während gleichzeitig darauf geachtet werden sollte, dass die Pflege bestehender Kundenbeziehungen deutlich kostengünstiger ist als die Akquirierung neuer Kunden.

Die Zukunft der Kundenbindungsstrategien

Im Kontext dieser Änderungen wird Sutterlüty, wie angekündigt, weiterhin an neuen Ideen und Angeboten arbeiten. Zu den Merkmalen erfolgreicher Kundenbindungsprogramme zählen unter anderem Punktebasierte Systeme, personalisierte Angebote und eine Omnichannel-Präsenz. Um den Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden, sollten auch technologische

Herausforderungen und demografische Unterschiede im Blick behalten werden.

In einer Zeit, in der sich der Einzelhandel ständig weiterentwickelt, bietet Sutterlüty seinen Kunden die Möglichkeit, auch in Zukunft von individuellen Lösungen zu profitieren. Dabei könnten Strategien wie kreativ gestaltete Treueprämien und verantwortungsvolle Nutzung von Kundendaten entscheidend sein, um Engagement und Loyalität zu erhöhen. Die kommenden Monate werden zeigen, wie Sutterlüty diese Herausforderungen meistern und die Kundenbindung neu gestalten wird.

Details	
Ort	Vienna, Österreich
Quellen	• **www.vienna.at** • **www.sutterluety.at** • **smartstore.com**

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at